Adendo C

ROTEIRO DE APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

1. INTRODUÇÃO

1.1. A presente licitação tem por critério de julgamento melhor técnica. Para efetuar tal julgamento será utilizado o Portal Petronect.

1.1.1. Todo o processo licitatório será realizado por meio do Portal Petronect. Nesse ambiente, serão garantidos o sigilo das propostas e o anonimato das vias não identificadas das propostas, que perdurarão até o recebimento das atas de avaliação das propostas técnicas emitidas pela Subcomissão Técnica.

1.2. O presente processo é regido pela Lei 13.303, de 30 de junho de 2016 e pelo Regulamento de Licitações e Contratos da Petrobras e, de forma subsidiária e supletiva, pela Instrução Normativa nº 9/2025 da SECOM, alterada pela Instrução Normativa nº 11/2026 e Lei 12.232 de 29 de abril de 2010.

1.3. As propostas técnicas recebidas por meio do Portal Petronect serão examinadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e seus Adendos.

1.4. A documentação recebida pela Comissão de Licitação será enviada à subcomissão técnica, que fará o julgamento com base nos critérios descritos neste documento. O sistema assegurará a manutenção do sigilo das vias não identificadas das propostas apresentadas pelos licitantes, as quais serão recebidas em pastas criptografadas sem identificação do licitante.

1.4.1. A Subcomissão Técnica, escolhida por sorteio, será composta por profissionais com e sem vínculo com a PETROBRAS, conforme detalhamento apresentado no item 2.2 deste adendo.

1.4.2. As atas disponibilizadas à Comissão pela Subcomissão Técnica, contendo os resultados da análise das propostas técnicas, serão disponibilizadas aos licitantes na oportunidade no Portal Petronect, após a consolidação do resultado das propostas técnicas. Cabe esclarecer que a presente licitação contará com fase recursal única, a qual será iniciada após a divulgação do resultado com a classificação das licitantes.

1.5. O sigilo das vias não identificadas das propostas técnicas será mantido pelo sistema, tanto para a subcomissão técnica quanto para a Comissão de Licitação, sendo revelada a licitante autora somente após assinatura e disponibilização de todas as atas de avaliação da proposta técnica pela Subcomissão Técnica.

PÚBLICA

1.6. Prosseguir-se-á para a verificação de efetividade, negociação das propostas e habilitação dos 02 (dois) licitantes mais bem classificados no julgamento das propostas técnicas, seguindo as disposições dos itens 5 e 6 do Edital de Licitação.

1.7. A Comissão de Licitação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital e em seus Anexos busquem o atingimento das finalidades da licitação, evitando-se o apego a formalismos exagerados, irrelevantes ou desarrazoados, que não contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa e a igualdade de oportunidade de participação dos interessados, nos termos do art. 31, caput, da Lei nº 13.303/2016. Para tanto, poderão, no interesse da PETROBRAS, relevar aspectos puramente formais nas propostas técnicas e nos demais documentos apresentados pelos licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta LICITAÇÃO.

1.8. A Comissão de Licitação poderá, em qualquer fase do processo, promover diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório para a realização do objeto desta licitação, sendo vedada a inclusão posterior de documento ou informação exigida neste Edital e em seus Anexos.

1.9. À exceção da Proposta Técnica, que será analisada e julgada por uma Subcomissão Técnica, todos os demais procedimentos e julgamentos inerentes a este processo licitatório serão de responsabilidade da Comissão de Licitação, a qual será responsável pela condução do processo até o seu encerramento.

1.9.1. A Subcomissão Técnica poderá, durante a análise da via identificada da proposta técnica, promover diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório para a realização do objeto desta licitação, sendo vedada a inclusão posterior de documento ou informação exigida neste Edital e em seus Anexos. Para a realização das diligências, a subcomissão poderá solicitar o apoio da Comissão Técnica para o acionamento dos licitantes.

1.10. Todos os arquivos mencionados deverão ser enviados conforme as orientações especificadas neste documento, tendo como recomendação máxima de tamanho, conforme abaixo:

a) PDF - 200 megabytes
b) Vídeo (mp4 ou mov) - 200 megabytes
c) Office (exceto Power Point) - 200 megabytes
d) Power Point - 3 gigabytes.

2. SUBCOMISSÃO TÉCNICA

2.1. Esta licitação será processada e julgada pela Comissão de Licitação, exceto quanto à análise e julgamento das Propostas Técnicas, que será feita pela Subcomissão Técnica.

PÚBLICA

2.2. A Subcomissão Técnica será constituída por 3 (três) membros. As vagas para a constituição da Subcomissão Técnica serão preenchidas utilizando seguintes critérios:

a) vaga 1 – profissional da PETROBRAS formado em Comunicação e que atue nessa área por, no mínimo 5 anos, preferencialmente com experiência em comunicação digital.

b) vaga 2 – profissional da PETROBRAS formado em Comunicação e que atue nessa área por no mínimo 5 anos, preferencialmente com experiência em comunicação digital, publicidade, planejamento de comunicação e/ou produção de conteúdo.

c) vaga 3 – servidor ou empregado público de órgão integrante do Sistema de Comunicação do Governo Federal (SICOM), com graduação ou pós-graduação na área de Comunicação ou Marketing, ou, na ausência de formação específica, atuação em atividades de comunicação por pelo menos 1 (um) ano ininterrupto, computado nos 4 (quatro) anos anteriores à contratação pretendida, considerando como marco retroativo a publicação do edital no DOU (art. 41, §1º e §2º), sem vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a PETROBRAS, em conformidade com os critérios estabelecidos na IN SECOM/PR nº 09, Seção IX (Subcomissão Técnica).

2.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio antes do recebimento das propostas, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes para cada vaga a ser preenchida, sendo estes previamente selecionados, respeitando-se a constituição descrita no item 2.2.

2.4. A relação dos nomes referidos no item 2.3 será publicada no portal eletrônico da PETROBRAS e no Diário Oficial da União (DOU) em prazo não inferior a 10 (dez) dias antes da data em que será realizado sorteio.

2.5. O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com a PETROBRAS, nos termos dispostos no item 2.2.

2.6. O sorteio dos membros da Subcomissão Técnica será feito conforme a seguir:

2.6.1. Sorteio dos Membros titulares na seguinte ordem: Vaga 1, Vaga 2 e Vaga 3. Posteriormente, sorteio dos Membros Suplentes. Serão sorteados os Suplentes nº 1 e na sequência os Suplentes nº 2 na seguinte ordem: Vaga 1, Vaga 2 e Vaga 3.

2.6.2. Os membros sorteados como suplentes somente assumirão os trabalhos na hipótese de fato superveniente que impeça o membro titular de assumir os trabalhos, desde que o fato seja devidamente justificado e aceito pela Comissão de Licitação.

2.7. Qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se referem os itens 2.3 e 2.4 em até 48 (quarenta e oito) horas úteis anteriores ao sorteio mediante apresentação, por escrito, das devidas justificativas à Comissão de Licitação, através da Sala de Colaboração da Oportunidade no portal Petronect.

PÚBLICA

2.8. Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na Subcomissão técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

2.9. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade superior, implicará, se necessário, a elaboração e publicação de nova lista, sem o nome do impugnado, respeitado o disposto neste item.

2.10. Será publicada nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no item 2.2.

2.11. Somente será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.

2.12. O sorteio será realizado após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantido o cumprimento do prazo mínimo previsto no item 2.4.

2.13. A definição dos membros da Subcomissão Técnica será feita considerando os números do sorteio da Loteria Federal, que será promovido pela Caixa Econômica Federal em data a ser divulgada pela Comissão de Licitação na área pública da sala de colaboração da Petronect e no Diário Oficial da União, com o seguinte procedimento operacional:

2.13.1. A partir do resultado disponibilizado, serão utilizados os 3 primeiros dígitos dos números sorteados, do primeiro para último prêmio, como no exemplo abaixo:

1º Prêmio: 57951; 1º dígito: 5; 2º dígito: 7; 3º dígito: 9
2º Prêmio: 22106; 1º dígito: 2; 2º dígito: 2; 3º dígito: 1
3º Prêmio: 58855; 1º dígito: 5; 2º dígito: 8; 3º dígito: 8
4º Prêmio: 74625; 1º dígito: 7; 2º dígito: 4; 3º dígito: 6
5º Prêmio: 19265; 1º dígito: 1; 2º dígito: 9; 3º dígito: 2

2.13.2. Será feita a utilização dos números decompostos de cada prêmio na sequência, considerando somente os três primeiros dígitos de cada prêmio, a partir do primeiro, seguindo a sequência da esquerda para direita, e chegando ao final de cada linha, retorna-se ao início da linha subsequente, de cima para baixo.

2.13.3. Para sorteio dos titulares, serão atribuídos números para cada indicado por vaga, em ordem alfabética, a saber:

Vaga 1 – dígitos 1, 2 e 3: Nome 1
Vaga 1 – dígitos 4, 5 e 6: Nome 2
Vaga 1 – dígitos 7, 8 e 9: Nome 3

PÚBLICA

Vaga 2 – dígitos 1, 2 e 3: Nome 4
Vaga 2 – dígitos 4, 5 e 6: Nome 5
Vaga 2 – dígitos 7, 8 e 9: Nome 6

Vaga 3 – dígitos 1, 2 e 3: Nome 7
Vaga 3 – dígitos 4, 5 e 6: Nome 8
Vaga 3 – dígitos 7, 8 e 9: Nome 9

Dígito 0 para todas as vagas: Seguir para o próximo dígito à direita ou para o primeiro da próxima linha.

2.13.4. O sorteio de cada vaga se dará na ordem prevista no item 2.13.3 deste documento, ou seja, a primeira vaga será sorteada com o primeiro dígito, a segunda vaga com o segundo dígito e assim sucessivamente. Se o dígito for “0”, será considerado o próximo dígito da sequência ou do início da próxima linha.

2.13.5. Para sorteio dos suplentes, será criada uma segunda lista, excluindo-se os nomes já sorteados como titulares e atribuída numeração de 1 a 5 para o primeiro remanescente e de 6 a 0 para o segundo remanescente. Será seguida a ordem alfabética para esta atribuição, como no exemplo abaixo:

Vaga 1 – dígitos 1, 2, 3, 4 e 5: 1º Remanescente
Vaga 1 – dígitos 6, 7, 8, 9 e 0: 2º Remanescente

Vaga 2 – dígitos 1, 2, 3, 4 e 5: 1º Remanescente
Vaga 2 – dígitos 6, 7, 8, 9 e 0: 2º Remanescente

Vaga 3 – dígitos 1, 2, 3, 4 e 5: 1º Remanescente
Vaga 3 – dígitos 6, 7, 8, 9 e 0: 2º Remanescente

2.13.6. O sorteio dos suplentes se dará nos termos do item 2.13.5, porém, a partir do segundo prêmio após o sorteio dos titulares.

2.13.7. Se por algum motivo excepcional o sorteio da Loteria Federal não ocorrer como previsto, será considerado o último resultado disponibilizado no site da Caixa Econômica Federal no dia do sorteio indicado no item 2.13. Os detalhes dos sorteios podem ser acessados em: https://loterias.caixa.gov.br/Paginas/Federal.aspx.

2.13.8. A Comissão fará a apuração dos números sorteados, cujo resultado será publicado na área pública do Portal Petronect.

2.14. Os integrantes da Subcomissão Técnica assinarão as Declarações constantes do

PÚBLICA

Guia de Conduta para Membros de Comissões de Licitação e devem cumprir seus termos e condições.

2.15. Caberá à Subcomissão Técnica:

2.15.1. Analisar individualmente e julgar as propostas técnicas em conformidade com os termos do Edital e seus anexos;

2.15.2. Desclassificar os LICITANTES que desatenderem as exigências legais e as estabelecidas neste Edital, em especial as relacionadas à aplicação de marca, sinal, palavra ou elemento que, efetivamente e por si só, de forma inequívoca, possibilite a identificação das proponentes nos ARQUIVOS e/ou documentos neles contidos, conforme o presente Edital;

2.15.3. Produzir e encaminhar à Comissão de Licitação todos os documentos necessários ao atendimento dos termos deste Edital, relativos ao julgamento da qualificação técnica dos licitantes, neles compreendidas as planilhas com as pontuações dos quesitos e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram, em cada caso, bem como elaborar e assinar as atas de julgamento das propostas técnicas;

2.15.4. Manifestar-se, em caso de eventuais recursos dos licitantes relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, quando acionada pela Comissão de Licitação;

2.15.5. Eleger, por sorteio ou aclamação, um secretário dentre seus membros. Este será responsável por receber do Presidente da Comissão o(s) arquivo(s) não identificado(s) e por mantê-los sub sua guarda, durante o julgamento pela Subcomissão Técnica, não sendo permitida a cópia destes arquivos para os demais membros da Subcomissão ou Comissão de Licitação. O secretário também será responsável pela lavratura das atas de julgamento das propostas técnicas e sua documentação anexa e eventual resposta a recursos referentes aos questionamentos à avaliação das propostas técnicas realizada pela Subcomissão Técnica.

3. DO RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS

3.1. A Comissão de Licitação receberá as propostas de forma digital, por meio de oportunidade publicada no Portal Petronect, que garantirá o sigilo da autoria das propostas até que a avaliação das propostas técnicas seja concluída pela subcomissão técnica, conforme fluxo definido. A Comissão de Licitação não receberá arquivos de outra forma a não ser aquela por ela indicada, nos termos do Edital.

3.2. DO PROCEDIMENTO PARA ENVIO DAS PROPOSTAS

3.2.1. Os licitantes deverão acessar o Portal Petronect e localizar a oportunidade correspondente ao número informado no Edital. A postagem da proposta no Portal

PÚBLICA

Petronect deverá seguir rigorosamente as instruções contidas no Edital e neste documento, especialmente no que se refere à inserção dos arquivos da proposta técnica.

3.2.2. **Não haverá apresentação de proposta de preços para o certame, mas o sistema exigirá o preenchimento de informações de preços. Para fins de preenchimento da proposta na oportunidade, os LICITANTES deverão preencher apenas o campo preço na aba "itens" considerando as alíquotas básicas de impostos e com o valor de R$ 119.196.084,75, referente à remuneração prevista no Edital de Licitação.**

3.2.3. O sistema também exigirá a inserção de ao menos um documento na pasta de preços da oportunidade. Considerando que a presente licitação adota o critério de julgamento Melhor Técnica e que não há disputa de preços entre os licitantes, nos termos dos itens 3.3.4, 3.3.4.1 e 3.3.4.2 do Edital, os LICITANTES deverão inserir nessa pasta, exclusivamente para fins de atendimento à exigência do sistema, a **Declaração de Aceitação - Remuneração e Estrutura de Preços (Adendo G)**, conforme modelo disponibilizado pela PETROBRAS nesta oportunidade.

3.2.3.1. A inserção do referido documento na pasta de preços não configura proposta comercial autônoma, não gera qualquer direito de alteração da remuneração e dos preços unitários fixados pela PETROBRAS na Planilha de Preços Unitários - PPU (Adendo D), e não será objeto de avaliação ou julgamento pela Comissão de Licitação.

3.2.3.2. O não atendimento a esta instrução, seja pela ausência do documento, seja pela inserção de documento incompatível com os termos deste Edital, não implicará desclassificação do licitante, desde que a Declaração de Aceitação possa ser regularizada por diligência da Comissão de Licitação, sem prejuízo da isonomia entre os participantes. Na hipótese de apresentação de declaração em modelo diverso ou contendo disposições divergentes da minuta disponibilizada pela Petrobras, a declaração apresentada será desconsiderada.

3.2.3.3. O Portal Petronect possui desde 2005 o certificado que atesta a conformidade da declaração de sigilo das propostas de fornecedores com os requisitos da norma ISO 17050-1. Periodicamente, a Bureau Veritas avalia a conformidade desta certificação, ratificando o compromisso da Petronect com a manutenção da segurança da informação de seus clientes. As informações sobre segurança da informação no Portal Petronect constam no link:
https://www.petronect.com.br/irj/go/km/docs/pccshrcontent/Site%20Content%20(Legacy)/Portal2018/pt/Seguranca.html.

4. APRESENTAÇÃO E CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

4.1. A LICITANTE deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

PÚBLICA

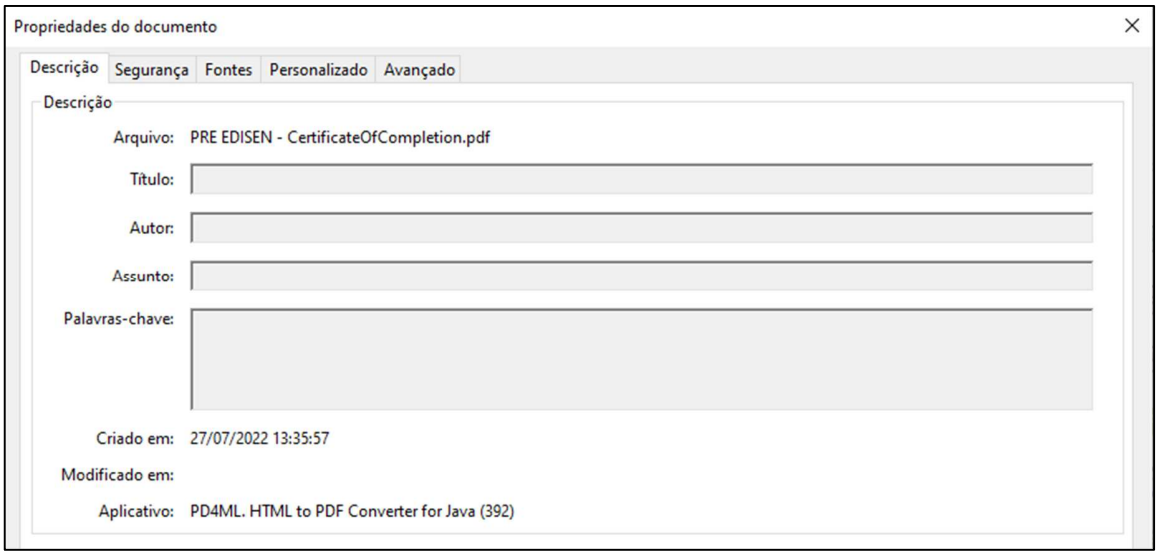
Quesitos	Subquesitos	Arquivos
1 - Plano de Comunicação Digital (65 pontos)	I- Diagnóstico e Raciocínio Estratégico – 5 pontos	ARQUIVO Nº 1 (VIA **NÃO** IDENTIFICADA)
	II- Estratégia de Comunicação Digital – 15 pontos	
	III- Ideia Criativa e Solução para Redes Sociais – 7,5 pontos	
	IV- Estratégia de Influenciadores – 5 pontos	
	V- Projeto de Ambiente Digital – 5 pontos	
	VI- Usabilidade, Acessibilidade, Responsividade – 5 pontos	
	VII- Plano de Mídia Digital e Orçamentação - 7,5 pontos	
	VIII- Monitoramento e Métricas – 10 pontos	
	IX- Plano de SEO e GEO – 5 pontos	
2) Capacidade de Atendimento (20 pontos)	I- Experiência no atendimento de grandes empresas – 5 pontos	ARQUIVO Nº 2 (VIA IDENTIFICADA)
	II- Experiência em Estratégia Digital – 5 pontos	
	III- Valor de investimento em mídia digital – 5 pontos	
	IV- Experiência na criação de sites corporativos – 5 pontos	
3) Relatos de Comunicação Digital (15 pontos)	I- Relato 1 de Soluções de Comunicação Digital – 5 pontos	ARQUIVO Nº 3 (VIA IDENTIFICADA)
	II- Relato 2 de Soluções de Comunicação Digital – 5 pontos	
	III- Relato 3 de Soluções de Comunicação Digital – 5 pontos	

4.1.1. Os licitantes, ao preencher a proposta na oportunidade, deverão atentar para os

PÚBLICA

seguintes pontos:

a) Os licitantes deverão garantir que o conteúdo dos campos de propriedades dos arquivos da VIA NÃO IDENTIFICADA (quesito 1) esteja em branco, conforme exemplo abaixo, sob pena de desclassificação conforme item 6.7 deste adendo:



b) Os licitantes deverão realizar o upload dos arquivos da proposta técnica no Portal Petronect / Oportunidade / aba “Gestão de Pastas”. O licitante deverá atentar para que cada arquivo (Quesito) seja anexado corretamente à sua respectiva pasta.

4.1.2. Os licitantes deverão apresentar o Quesito 1 - “Plano de Comunicação Digital” com base no briefing constante no Adendo F do Edital, estruturado de acordo com os subquesitos a seguir: I - Diagnóstico e Raciocínio Estratégico; II - Estratégia de Comunicação Digital; III- Ideia Criativa e Solução para Redes Sociais; IV – Estratégia de Influenciadores; V- Projeto de Ambiente Digital; VI - Usabilidade, Acessibilidade, Responsividade; VII - Plano de Mídia Digital e Orçamentação; VIII - Monitoramento e Métricas; IX - Plano de SEO e GEO.

4.1.2.1. Os documentos do item acima deverão ser elaborados de forma NÃO IDENTIFICADA, e deverá ser acondicionado no ARQUIVO N. 1, conforme indicações deste documento e anexos do Edital.

4.1.2.2. A via não identificada do Quesito 1 - “Plano de Comunicação Digital” não poderá conter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria.

PÚBLICA

4.1.3. Os licitantes deverão apresentar o Quesito 2 - "Capacidade de Atendimento" estruturado de acordo com os subquesitos a seguir: I - Experiência no atendimento de grandes empresas; II - Experiência em Estratégia Digital; III - Valor de investimento em mídia digital; IV - Experiência na criação de sites corporativos.

4.1.4. A tabela abaixo apresenta esquema resumido de como os LICITANTES deverão organizar os nomes das pastas e subpastas, e a hierarquia de todos os conteúdos dos ARQUIVOS N. 1, N. 2 e N. 3.

ARQUIVOS	QUESITOS		FORMA DE APRESENTAÇÃO
ARQUIVO N. 1	**1 - Plano de Comunicação Digital**		Deverá ser carregado, na pasta adequada na oportunidade, arquivo único compactado (formato .zip), denominado "ARQUIVO N.1" contendo as pastas correspondentes a todos os subquesitos. As subpastas referentes aos subquesitos deverão ser identificadas no formato "SUBQUESITO X", onde X varia de I a IX, conforme lista ao lado. **ATENÇÃO: VIA NÃO IDENTIFICADA.** **Os arquivos não deverão conter marca, sinal, palavra ou elemento que, efetivamente e por si só, de forma inequívoca, possibilite a identificação da licitante.** **Os licitantes deverão garantir que o conteúdo dos campos de propriedades dos arquivos da VIA NÃO IDENTIFICADA esteja em branco.**
	SUBQUESITOS	I - Diagnóstico e Raciocínio Estratégico	
		II - Estratégia de Comunicação Digital	
		III - Ideia Criativa e Solução para Redes Sociais	
		IV - Estratégia de Influenciadores	
		V - Projeto de Ambiente Digital	
		VI - Usabilidade, Acessibilidade, Responsividade	
		VII - Plano de Mídia Digital e Orçamentação	
		VIII - Monitoramento e Métricas	
		IX - Plano de SEO e GEO	
ARQUIVO N. 2	**2 - Capacidade de Atendimento**		Deverá ser carregado, na pasta adequada na oportunidade, arquivo único compactado (formato .zip), denominado "ARQUIVO N.2" contendo as pastas correspondentes a todos os subquesitos. As subpastas referentes aos subquesitos deverão ser identificadas no formato "SUBQUESITO X", onde X varia de I a IV, conforme lista ao lado.
	SUBQUESITOS	I - Experiência no atendimento de grandes empresas	
		II - Experiência em Estratégia Digital	
		III - Valor de investimento em mídia digital	
		IV - Experiência na criação de sites corporativos	
ARQUIVO N. 3	**3 - Relatos de Comunicação Digital**		Deverá ser carregado, na pasta adequada na oportunidade, arquivo único compactado (formato .zip), denominado "ARQUIVO N.3" contendo as pastas correspondentes a todos os subquesitos. As subpastas referentes aos subquesitos deverão ser identificadas no formato "SUBQUESITO X", onde X varia de I a III, conforme lista ao lado.
	SUBQUESITOS	I - Relato 1 de Soluções de Comunicação Digital	
		II - Relato 2 de Soluções de Comunicação Digital	
		III - Relato 3 de Soluções de Comunicação Digital	

4.2. <u>QUESITO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL</u>

4.2.1. **APRESENTAÇÃO DO QUESITO 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL (via não identificada):**

4.2.1.1. A LICITANTE deverá apresentar o **Plano de Comunicação Digital** com base no briefing que consta do Adendo F do Edital, estruturado de acordo com os subquesitos a seguir:

I - Diagnóstico e Raciocínio Estratégico
II - Estratégia de Comunicação Digital

PÚBLICA

III - Ideia Criativa e Solução para Redes Sociais
IV – Estratégia de Influenciadores
V - Projeto de Ambiente Digital
VI - Usabilidade, Acessibilidade, Responsividade
VII - Plano de Mídia Digital e Orçamentação
VIII - Monitoramento e Métricas
IX - Plano de SEO e GEO

4.2.1.2. O Plano de Comunicação Digital deverá ser elaborado em 1 (uma) via NÃO IDENTIFICADA, que deverá ser acondicionada separadamente no Arquivo N. 1 conforme constante neste documento e anexos do Edital.

4.2.1.3. A via não identificada do Plano de Comunicação Digital NÃO poderá conter cor (observadas as exceções previstas neste documento), informação, marca, sinal, etiqueta, palavra, layout ou outro elemento que, efetivamente e por si só, de forma inequívoca, possibilite a identificação de sua autoria. Os arquivos digitais também não podem ter nenhuma informação que possa levar à identificação de autoria em suas propriedades, como nome do autor do arquivo.

4.2.1.4. Para apresentação do documento, a LICITANTE deverá levar em conta as seguintes orientações:

a) documento digital único em formato PDF, limitado a **20 (vinte) páginas**, excluindo capa, índice e os exemplos que compõem os subquesitos “III - Ideia Criativa e Solução de Comunicação Digital”, V – Projeto de Ambiente Digital” e “VI - Usabilidade, Acessibilidade, Responsividade;
b) capa e conteúdo em formato A4, fundo branco, orientação retrato;
c) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
d) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
e) alinhamento justificado do texto;
f) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho 12 pontos, permitido o uso de negrito, itálico e sublinhado para destaques no texto.
g) numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
h) sem quaisquer elementos de identificação da LICITANTE.

4.2.1.5. Os subquesitos I- Diagnóstico e Raciocínio Estratégico, II- Estratégia de Comunicação Digital, IV – Estratégia de Influenciadores; VII- Plano de Mídia Digital e Orçamentação, VIII - Monitoramento e Métricas e IX- Plano de SEO e GEO poderão conter gráficos, imagens, diagramas, quadros, tabelas ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

a) poderão ser editados em cores;
b) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho de

PÚBLICA

08 a 12 pontos;
c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser apresentadas em formato A3 e poderão estar dispostas na orientação paisagem.

4.2.1.6. Quanto à forma para atendimento ao subquesito III - Ideia Criativa e Solução para Redes Sociais:

4.2.1.6.1. O detalhamento das ações e/ou peças de comunicação digital, que a LICITANTE julgar necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no briefing deverá ser apresentado em documento digital único em formato PDF. A descrição deverá conter o detalhamento, a especificação, dinâmica ou mecanismo de cada ação e/ou peça de comunicação digital, a explicitação de sua finalidade, seu público-alvo e suas funções táticas no âmbito da estratégia proposta.

4.2.1.6.2. Os exemplos das ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista no item anterior, que a LICITANTE julgue mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta estão limitados entre 10 (dez), como número mínimo, e 20 (vinte), como número máximo, independentemente do seu tipo ou de sua característica. Os exemplos deverão ser apresentados em arquivos digitais, executáveis no sistema operacional Windows, não sendo contabilizados no limite de 20 (vinte) páginas para detalhamento do Plano.

Adicionalmente, deverá ser apresentada 1 (uma) página com a listagem de todas as peças incluídas, com breve descrição das mesmas. Essa página adicional deverá ser incorporada ao final das 20 (vinte) páginas do relato, sendo a página de número 21 (vinte e um).

Os exemplos poderão ser apresentados sob a forma de:

a) roteiros;
b) leiautes digitais;
c) storyboards estáticos;
d) storyboards animados (animatics);
e) arquivo de áudio.
f) monstros.

4.2.1.7. Nos storyboards animados (animatics) poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução.

4.2.1.7.1. Nos ‘monstros’ e nos leiautes digitais poderão ser inseridos todos os elementos de referência da ação e/ou peça de comunicação digital, como navegabilidade, funcionalidade, imagens em movimento, trilha sonora, voz de personagens e locução.

4.2.1.8. Os leiautes digitais, os ‘monstros’ e os storyboards animados (animatics) deverão ser apresentados na extensão MP4. Os leiautes de peças para redes sociais e aplicativos não deverão apresentar qualquer nome ou foto de perfis de qualquer rede, apenas

PÚBLICA

marcações de leiaute. A exceção deverá ser apenas em casos de utilização de perfis de influenciadores e/ou personalidades que façam parte da estratégia apresentada pelo licitante.

4.2.1.8.1. Nesses arquivos não poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da LICITANTE ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante.

4.2.1.8.2. Os exemplos não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independente da forma escolhida pela LICITANTE para apresentação. Entretanto, os exemplos devem estar compatíveis com os formatos existentes em cada rede social, demonstrando viabilidade para a ação sugerida.

4.2.1.8.3. Para fins de cômputo das ações e/ou peças de comunicação digital que poderão ser apresentadas como exemplos, até o limite de 20 (vinte), devem ser observadas as seguintes regras:

a) as variações de abordagem serão consideradas como novos exemplos (ex.: um post com versões distintas para o Facebook e Instagram serão considerados dois exemplos);
b) uma ação com várias etapas ou uma peça sequencial será considerada 01 (um) exemplo, se o conjunto transmitir uma mensagem única (exemplo: carrossel, stories).

4.2.1.9. No subquesito VII - Plano de Mídia Digital e Orçamentação a LICITANTE deverá apresentar proposta de distribuição de verba entre produção e ativação de mídia, que deverá constar no documento digital único em formato PDF, considerando:

a) O montante reservado para produção de peças, ações e produtos deverá ser apresentado de forma consolidada, não havendo necessidade de apresentar orçamento individual para cada item. Deverá ser apresentado, no entanto, uma listagem de todas as peças, ações, serviços e produtos que se pretende produzir e esta deve ser coerente com o montante reservado para tal. Para compor a verba de produção, a LICITANTE deverá utilizar os itens indicados na PPU e ET deste processo licitatório, tanto para SERVIÇOS SOB DEMANDA quanto para SERVIÇOS COMPLEMENTARES.

Nota: Para Serviços Complementares, o rol apresentado na ET é exemplificativo, podendo a licitante indicar outros cuja necessidade seja identificada para composição da verba de produção.

• Quanto aos preços de referência a serem aplicados:

- Para SERVIÇOS SOB DEMANDA: utilizar os preços unitários conforme orçamento Petrobras divulgado na PPU (Adendo D);

- Para SERVIÇOS COMPLEMENTARES: utilizar os valores de mercado verificados pela

PÚBLICA

própria licitante, conforme sua proposta criativa.

• **Observações importantes:**

- Não deverão ser contabilizados os itens referentes a SERVIÇOS CONTÍNUOS;

- Para fins de avaliação deste briefing, não será necessário apresentar três orçamentos para os itens de SERVIÇOS COMPLEMENTARES, mas o valor apresentado precisa estar coerente com as práticas de mercado;

- Deverão ser desconsiderados os honorários da agência sobre Serviços Complementares prestados por meio de fornecedores especializados.

b) O plano de mídia deverá ser apresentado de forma detalhada e deve ter como referência valores de tabela dos veículos de comunicação vigentes na data da publicação deste Edital. Na simulação, os preços de mídia devem ser os de tabela cheia dos veículos, vigentes na data da publicação deste Edital. Deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei no 4.680/65, e também devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de terceiros. Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela devem ser os vigentes na data de publicação do primeiro Aviso de Licitação.

4.2.1.10. Para os subquesitos V – Projeto de Ambiente Digital e VI - Usabilidade, Acessibilidade e Responsividade, a LICITANTE deverá levar em conta as seguintes orientações:

Para apresentação de documento em PDF:

a) Documento digital único em formato PDF, com no mínimo 10 (dez) e máximo 15 (quinze) páginas. O mesmo arquivo será utilizado para avaliação dos dois subquesitos.
b) Capa e conteúdo em formato A4, fundo branco, orientação retrato;
c) Texto de apoio e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho 12 pontos;
d) Numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
e) sem quaisquer elementos de identificação da LICITANTE.
f) O subquesito poderá ter gráficos, imagens, diagramas, quadros, tabelas ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

Poderão ser editados em cores; dispostas na orientação paisagem.

Deverá ser incluído um breve texto com a explicação das escolhas e soluções apresentadas para cada um destes subquesitos, obedecendo o limite de páginas definido no item a.

PÚBLICA

Para apresentação como protótipo:

Para seguir padrões de mercado de apresentação de projetos visuais, para os subquesitos referentes a estes itens poderão ser utilizadas ferramentas de prototipagem e apresentação de layout de alta fidelidade, como o Figma, desde que não permitam a identificação da LICITANTE (passível de desclassificação), seguindo as seguintes orientações:

a) Deve ser enviado um arquivo do protótipo de extensão .fig para o Figma ou de outra extensão caso seja utilizada outra ferramenta de prototipagem.

b) O arquivo deve conter todas as imagens, links, fontes e demais recursos para o seu correto funcionamento.

c) Deve ser possível importar este arquivo utilizando os browsers mais populares no mercado.

d) A extensão do arquivo enviado deve permitir ser aberto em versões ou contas gratuitas da ferramenta de prototipagem, sem necessidade de assinatura ou compra de licença.

e) Sem quaisquer elementos de identificação da LICITANTE;

f) Respeitando o limite máximo 10 telas.

g) Explicações e anotações, caso sejam necessárias, podem ser incluídas como comentários no arquivo de protótipo.

4.2.1.11. Caso a LICITANTE opte por esta opção de entrega, deve encaminhar os prints das telas, respeitando as orientações para a entrega do arquivo em PDF. O arquivo em PDF deverá ter exatamente o mesmo conteúdo disponível no arquivo de protótipo e poderá ser utilizado como backup, caso haja alguma falha durante o acesso a abertura do arquivo do protótipo de extensão .fig ou similar. O arquivo de backup também deverá respeitar o limite de 10 telas, podendo ter uma página extra para inclusão/ explicação sobre a (s) tela(s). Caso não seja possível visualizar o arquivo com o protótipo, a avaliação dos quesitos V – Projeto de Ambiente Digital e VI - Usabilidade, Acessibilidade e Responsividade será efetuada somente com base no arquivo em pdf.

4.2.1.12. O projeto deverá trazer a proposta visual para este(s) novo(s) ambiente(s), que exemplifiquem os níveis de navegação do(s) site(s). Deverá ser visualmente equilibrado, hierarquizando as informações e organizando a nova estrutura proposta. Deve seguir as orientações do manual da marca Petrobras.

PÚBLICA

4.2.2. **JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS DO QUESITO 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL (via não identificada):**

SUBQUESITOS GERAIS

4.2.2.1. **Subquesito I - Diagnóstico e Raciocínio Estratégico – 5 pontos**

A LICITANTE deverá apresentar seu entendimento e visão sobre as informações fornecidas no Briefing, com seu diagnóstico detalhado das necessidades de comunicação digital da Petrobras e dos desafios de comunicação a serem enfrentados.

Avaliação do Subquesito – Diagnóstico e Raciocínio Estratégico - 5 (cinco) pontos, considerando a qualidade de proposta nos seguintes subitens:

a) Acuidade na compreensão do problema/desafio de comunicação apresentado no Briefing;

b) Pertinência, clareza e lógica da análise/diagnóstico que embasa a proposta de solução de comunicação digital;

c) Acuidade na análise das características e especificidades da Petrobras, incluindo seu papel e funções nos contextos social, político e econômico, bem como sua relação com os públicos estratégicos;

d) Compreensão dos objetivos de comunicação digital a serem atingidos com as ações propostas pela licitante.

Será aplicada objetivamente a pontuação prevista, conforme indica a tabela abaixo, podendo ter variação de 0,5 pontos. Considerando o peso 0,5 para totalizar 5 pontos do subquesito.

Desempenho	Nota	Peso
Apresentou uma proposta adequada.	8 a 10	0,5
Demonstrou alto entendimento, com poucos equívocos ou ausência de 1 subitem	5,5 a 7,5	
Demonstrou mediano entendimento, com alguns equívocos ou ausência de até 2 subitens.	3 a 5	
Demonstrou baixo entendimento, com inúmeros equívocos ou ausência de, pelo menos, 3 subitens.	0,5 a 2,5	
Não atendeu.	0	

PÚBLICA

4.2.2.2. **Subquesito II – Estratégia de Comunicação Digital - 15 pontos**

A LICITANTE deverá apresentar e defender uma estratégia conceitual e temática que, com base no diagnóstico realizado, fundamentará a proposta de solução para o problema específico de comunicação digital. Deve explicitar e defender os principais pontos da estratégia sugerida, considerando o que dizer, quando dizer, a quem dizer, como dizer e quais instrumentos, ferramentas e canais digitais serão utilizados, considerando a integração entre eles, inclusive entre redes sociais e site(s).

Avaliação do Subquesito – Estratégia de Comunicação Digital - 15 (quinze) pontos, considerando a qualidade de proposta nos seguintes subitens:

a) A adequação da linha temática e conceitual proposta à natureza e ao papel da Petrobras, bem como aos desafios e objetivos de comunicação digital explicitados no Briefing;

b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da linha temática e conceitual proposta;

c) A pertinência das relações de causa e efeito entre a estratégia de comunicação digital proposta e os resultados esperados;

d) A clareza e a exequibilidade da estratégia de comunicação digital.

e) Integração da estratégia nos diferentes canais e ferramentas de comunicação digital propostos.

Será aplicada objetivamente a pontuação prevista, conforme indica a tabela abaixo, podendo ter variação de 0,5 pontos, considerando o peso 1,5 para totalizar 15 pontos do subquesito.

Desempenho	Nota	Peso
Apresentou uma proposta adequada	8 a 10	1,5
Demonstrou alta capacidade de estratégica, com poucos equívocos ou ausência de 1 subitem.	5,5 a 7,5	
Demonstrou mediana capacidade de estratégica, com equívocos ou ausência de 2 subitens.	3 a 5	
Demonstrou baixa capacidade de estratégica, com equívocos ou ausência de pelo menos 3 subitens.	0,5 a 2,5	
Não atendeu	0	

PÚBLICA

4.2.2.3. **Subquesito III - Ideia Criativa e Solução para redes sociais – 7,5 pontos**

A LICITANTE deverá apresentar a proposta criativa que corporifique a solução para o desafio de comunicação digital exposto no Briefing. A proposta deve incluir o conjunto peças, ações digitais e/ou ações com influenciadores (entre 10 e 20 peças), seus desdobramentos para públicos e sua adequação para diferentes canais e redes, respeitando a especificidade de cada um. A solução deve estar alinhada à estratégia de comunicação apresentada e demonstrar criatividade, inovação e exequibilidade.

Avaliação do Subquesito III – Ideia criativa e solução para redes sociais – 7,5 (sete e meio) pontos, considerando a qualidade de proposta nos seguintes subitens:

a) Alinhamento das ações e/ou peças de comunicação digital com a estratégia conceitual e temática proposta;

b) Aderência da proposta em relação à natureza da Petrobras, seus desafios e objetivos de comunicação digital estabelecidos no Briefing;

c) Compatibilidade das ações e/ou peças com as plataformas digitais, apresentando uma linguagem nativa por canal e/ou soluções criativas multiformato;

d) Adequação ao manual de identidade de marca Petrobras;

e) Criatividade e inovação na concepção e no desenvolvimento das ações e/ou peças digitais, bem como na utilização de recursos digitais.

Será aplicada objetivamente a pontuação prevista, conforme indica a tabela abaixo, podendo ter variação de 0,5 pontos, considerando o peso 0,75 para totalizar 7,5 pontos do subquesito.

Desempenho	Nota	Peso
Apresentou uma proposta adequada.	8 a 10	0,75
Demonstrou alta capacidade criativa, com poucos equívocos ou ausência de 1 subitem.	5,5 a 7,5	
Demonstrou mediana capacidade criativa, com alguns equívocos ou ausência de até 2 subitens.	3 a 5	
Demonstrou baixa capacidade criativa, com inúmeros equívocos ou ausência de, pelo menos, 3 subitens.	0,5 a 2,5	
Não atendeu.	0	

PÚBLICA

4.2.2.4. **Subquesito IV - Estratégia de influenciadores – 5 pontos**

A LICITANTE deverá apresentar a estratégia de influenciadores proposta para o desafio de comunicação digital exposto no Briefing (Adendo F). A proposta deve incluir a definição do papel dos influenciadores na estratégia de comunicação digital, os critérios de seleção dos perfis, a justificativa de aderência ao tema, aos públicos estratégicos e aos objetivos de comunicação, a proposta de formatos e canais de atuação, bem como a metodologia de ativação, acompanhamento, gestão de riscos e mensuração dos resultados.

A solução deve estar alinhada à estratégia de comunicação apresentada, demonstrando criatividade, inovação, pertinência temática, adequação à marca Petrobras, exequibilidade operacional e capacidade de gerar engajamento qualificado junto aos públicos definidos no Briefing.

Avaliação do Subquesito IV – Estratégia de Influenciadores – 5 (cinco) pontos, considerando a qualidade da proposta nos seguintes subitens:

a) **Alinhamento estratégico** da proposta de influenciadores com o diagnóstico, a estratégia conceitual e temática, os objetivos de comunicação digital e os públicos definidos no Briefing;

b) **Pertinência dos critérios de seleção dos influenciadores**, considerando aderência temática, credibilidade, reputação, linguagem, território de atuação, afinidade com os públicos estratégicos e compatibilidade com a imagem e os valores da Petrobras;

c) **Coerência e criatividade da proposta de ativação**, contemplando formatos, canais, dinâmicas de participação, tipos de conteúdo, integração com as demais ações digitais e adequação às especificidades das plataformas;

d) **Exequibilidade operacional e gestão da estratégia**, considerando clareza do modelo de implementação, etapas de ativação, governança, acompanhamento, gestão de riscos reputacionais, conformidade com boas práticas de transparência e identificação de conteúdo patrocinado, quando aplicável;

e) **Consistência da proposta de mensuração de resultados**, incluindo indicadores de desempenho, métricas de alcance, engajamento, qualidade das interações, aderência aos objetivos de comunicação e capacidade de gerar aprendizados para otimização da estratégia.

Será aplicada objetivamente a pontuação prevista, conforme indica a tabela abaixo, podendo haver variação de 0,5 ponto, considerando o peso definido para totalizar a pontuação do subquesito.

PÚBLICA

Desempenho	Nota	Peso
Apresentou proposta adequada, consistente, estratégica, criativa, exequível e aderente a todos os subitens de avaliação.	8 a 10	0,5
Demonstrou alta capacidade estratégica na formulação da proposta de influenciadores, com poucos equívocos ou ausência de 1 subitem.	5,5 a 7,5	
Demonstrou mediana capacidade estratégica, com alguns equívocos ou ausência de até 2 subitens.	3 a 5	
Demonstrou baixa capacidade estratégica, com inúmeros equívocos ou ausência de, pelo menos, 3 subitens.	0,5 a 2,5	
Não atendeu.	0	

4.2.2.5. **Subquesito V– Projeto de Ambiente Digital – 5 pontos**

A LICITANTE deverá apresentar o projeto e o tipo de ambiente digital que consolide a solução para o desafio de comunicação digital exposto no Briefing. O projeto deve incluir o protótipo do ambiente digital, a descrição de seu funcionamento caso não possa ser integralmente representado no protótipo, a estrutura de urls sugerida (novo domínio, novo subdomínio, novo diretório, uma nova página em um site já existente, entre outros) e a justificativa para esta escolha. A solução deve estar alinhada à estratégia de comunicação apresentada e demonstrar criatividade, inovação e exequibilidade.

Avaliação do Subquesito V – Projeto de Ambiente Digital - 5 (cinco) pontos, considerando a qualidade de proposta nos seguintes subitens:

a) Pertinência e coerência com o planejamento e demais soluções apresentadas;

b) Justificativa da escolha deste tipo de ambiente;

c) Alinhamento aos sites já existentes no ecossistema Petrobras;

d) Criatividade e inovação no desenvolvimento do ambiente e na utilização de recursos digitais;

e) Atendimento às orientações do manual de marca da Petrobras;

PÚBLICA

Será aplicada objetivamente a pontuação prevista, conforme indica a tabela abaixo, podendo ter variação de 0,5 pontos considerando o peso 0,5 para totalizar 5 pontos do subquesito.

Desempenho	Nota	Peso
Apresentou uma proposta visual criativa.	8 a 10	0,5
Apresentou uma proposta visual criativa, com poucos equívocos ou ausência de 2 subitens.	5,5 a 7,5	
Apresentou uma proposta visual criativa, com equívocos ou ausência de 3 subitens.	3 a 5	
Apresentou uma proposta visual criativa, com vários equívocos ou ausência de 4 ou mais subitens.	0,5 a 2,5	
Não atendeu.	0	

4.2.2.6. **Subquesito VI - Usabilidade, Acessibilidade e Responsividade – 5 pontos**

O projeto deverá utilizar as melhores práticas de usabilidade, respeitando hierarquia de conteúdos, UX writing, navegação intuitiva e clara, facilidade de encontrar informações; respeitar os critérios de acessibilidade padrão de mercado para websites (WCAG - Web Content Accessibility Guidelines), além de considerar a responsividade do projeto que deve se adequar aos diferentes tamanhos de tela, de desktops a celulares.

Avaliação do Subquesito VI - 5 (cinco) pontos - Usabilidade, Acessibilidade, Responsividade, considerando a acuidade dos seguintes subitens:

a) Melhores práticas de usabilidade - hierarquia do conteúdo do menu clara e intuitiva, hierarquia visual de textos com títulos e subtítulos (Hs) facilitando a leitura, consistência visual (cores, tipografia ícones e botões);

b) Nomenclatura e iconografia adequada de botões e menu (rótulos) e facilidade de acesso às interações mais relevantes;

c) Ferramentas e recursos de acessibilidade segundo padrões reconhecidos de mercado (tamanho de texto, contraste, idioma, legenda e transcrições);

d) Adequação das versões desktop e mobile (responsividade);

PÚBLICA

e) Coerência, clareza, facilidade de compreensão na apresentação da proposta;

Este subquesito será avaliado de acordo com a tabela de pontuação abaixo:

Será aplicada objetivamente a pontuação prevista, conforme indica a tabela abaixo, podendo ter variação de 0,5 pontos considerando o peso 0,5 para totalizar 5 pontos do subquesito.

Desempenho	Nota	Peso
Elaborou uma análise técnica consistente.	8 a 10	0,5
Elaborou uma análise técnica com poucos equívocos ou ausência de até 2 subitens.	5,5 a 7,5	
Elaborou uma análise técnica com poucos equívocos ou ausência de até 3 subitens.	3 a 5	
Elaborou uma análise técnica com vários equívocos ou ausência de 5 ou mais subitens.	0,5 a 2,5	
Não atendeu.	0	

4.2.2.7. **Subquesito VII - Plano de Mídia Digital e Orçamentação – 7,5 (sete e meio) pontos**

A LICITANTE deverá apresentar o plano de mídia digital, demonstrando como pretende atingir os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing. A proposta deve incluir a distribuição das peças e/ou ações digitais, com detalhamento das premissas adotadas, segmentação, investimentos por canal e cronograma de implementação.

A proposta deverá contemplar: definição dos objetivos da estratégia de presença digital; identificação e segmentação dos públicos-alvo, distribuição de verba entre produção (incluindo uso de influenciadores) e ativação de mídia e mapa de mídia, com detalhamento dos investimentos por canal, veículo, plataforma ou ambiente digital.

A licitante deve considerar os valores de tabela vigentes na data de publicação deste edital, trabalhando sempre com valores brutos.

Avaliação do Subquesito VII – Plano de Mídia Digital e Orçamentação – 7,5 (sete e meio) pontos, considerando a qualidade de proposta nos seguintes subitens:

a) Consistência entre as ações propostas e os objetivos e desafios de comunicação digital

PÚBLICA

apresentados no Briefing;

b) Pertinência na segmentação do público sugerida;

c) Criatividade e eficiência na utilização de canais, plataformas digitais e recursos (orçamentação);

d) Consistência técnica demonstrada na defesa das premissas e estratégias propostas;

e) Exequibilidade e clareza do cronograma de implementação.

Será aplicada objetivamente a pontuação prevista, conforme indica a tabela abaixo, podendo ter variação de 0,5 pontos, considerando o peso 0,75 para totalizar 7,5 pontos do subquesito.

Desempenho	Nota	Peso
Apresentou uma proposta adequada.	8 a 10	0,75
Demonstrou alta capacidade de gestão de mídia em canais digitais, com poucos equívocos ou ausência de 1 subitem.	5,5 a 7,5	
Demonstrou mediana capacidade de gestão de mídia em canais digitais, com alguns equívocos ou ausência de até 2 subitens.	3 a 5	
Demonstrou baixa capacidade de gestão de mídia em canais digitais, com inúmeros equívocos ou ausência de, pelo menos, 3 subitens.	0,5 a 2,5	
Não atendeu.	0	

4.2.2.8. **Subquesito VIII - Monitoramento e Métricas – 10 (dez) pontos**

A LICITANTE deverá apresentar sua proposta de definição e monitoramento de métricas para redes sociais, ambientes proprietários e monitoramento de social listening, demonstrando clareza e capacidade técnica para coletar, analisar, reportar dados e gerar insights relevantes para o plano de comunicação digital. A proposta deve considerar a utilização de ferramentas específicas, estrutura de monitoramento de KPIs (indicadores-chave de desempenho) alinhados aos objetivos do Briefing.

A proposta deverá contemplar:

PÚBLICA

1. Monitoramento de social listening:

- Apresentação da proposta de ferramenta(s) e estrutura de monitoramento a ser utilizada no decorrer do plano;
- Explicação detalhada da escolha da ferramenta e da metodologia de monitoramento;
- Definição e categorização de termos-chave relacionados ao Briefing, com justificativa para sua seleção;
- Demonstração de como o monitoramento gerará insights para otimização das ações e peças digitais.

2. Métricas:

- Apresentação da proposta de KPIs (indicadores-chave de desempenho) primários e secundários, alinhados aos objetivos do Briefing;
- Estrutura de reporte dos indicadores, incluindo frequência de atualização e formato de apresentação e ferramentas sugeridas.
- Explicação detalhada e defesa da proposta apresentada, com foco na mensurabilidade e aplicabilidade dos indicadores.
- Demonstração de como o monitoramento gerará insights para otimização das ações e peças digitais.

Avaliação do Subquesito VIII – <u>Monitoramento e Métricas</u> - 10 pontos, considerando a qualidade de proposta nos seguintes subitens:

a) Adequação e justificativa do sistema de métricas e monitoramento aos desafios e objetivos definidos no Briefing;

b) Coerência entre o sistema de monitoramento e métricas com os canais, ações e/ou peças de comunicação digital sugeridas;

c) Coerência com a estratégia e o plano de implementação proposto;

d) Demostrar a utilização dos dados obtidos para extração de insights para otimização da campanha de mídia bem como para a retroalimentação da estratégia;

e) Clareza e detalhamento das metodologias e ferramentas propostas para monitoramento e análise de métricas.

PÚBLICA

Será aplicada objetivamente a pontuação prevista, conforme indica a tabela abaixo, podendo ter variação de 0,5 pontos.

Desempenho	Nota	Peso
Apresentou uma proposta adequada.	8 a 10	1
Demonstrou alta capacidade de gestão e monitoramento de canais digitais, com poucos equívocos ou ausência de 1 subitem.	5,5 a 7,5	
Demonstrou mediana capacidade de gestão e monitoramento de canais digitais, com alguns equívocos ou ausência de até 2 subitens.	3 a 5	
Demonstrou baixa capacidade de gestão e monitoramento de canais digitais, com inúmeros equívocos ou ausência de, pelo menos, 3 subitens.	0,5 a 2,5	
Não atendeu.	0	

4.2.2.9. **Subquesito IX - Plano de SEO e GEO – 5 (cinco) pontos**

A licitante deverá apresentar um plano de Search Engine Optimization (SEO) e Generative Engine Optimization (GEO) com o objetivo de posicionar o site/ página/ seção nos buscadores e criar relevância para ferramentas/ modelos de Inteligência Artificial (IA). O plano deverá analisar as palavras-chave para as quais o conteúdo deverá ser otimizado, buscas relacionadas, volume de buscas esperado, principais concorrentes para tais palavras-chave.

Avaliação do Subquesito IX - Plano de SEO e GEO – 5 pontos, considerando a acuidade dos seguintes subitens:

a) Análise do comportamento de busca do público em buscadores e ferramentas de IA;

b) Identificação das palavras-chave que estão mais associadas ao projeto;

c) Entrega dos elementos de SEO on-page;

PÚBLICA

d) Estratégia de link building;

e) Coerência, clareza, facilidade de compreensão na apresentação da proposta.

Será aplicada objetivamente a pontuação prevista, conforme indica a tabela abaixo, podendo ter variação de 0,5 pontos, considerando o peso 0,5 para totalizar 5 pontos do subquesito.

Desempenho	Nota	Peso
Elaborou plano consistente.	8 a 10	0,5
Elaborou um plano com poucos equívocos ou ausência de até 3 subitens.	5,5 a 7,5	
Elaborou um plano com equívocos ou ausência de até 4 subitens.	3 a 5	
Elaborou um plano com vários equívocos ou ausência de 5 ou mais subitens.	0,5 a 2,5	
Não atendeu.	0	

4.3. **QUESITO 2 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO:**

Neste quesito, que vale 20 (vinte) pontos, a LICITANTE deverá apresentar todas as comprovações deste quesito realizadas nos últimos 3 anos, tendo como referência a data de publicação deste edital.

Não serão aceitas comprovações da Petrobras e suas subsidiárias.

4.3.1. **Subquesito I - Experiência no atendimento de grandes empresas – 5 (cinco) pontos.**

Deverá comprovar a experiência da LICITANTE no atendimento de comunicação digital de grandes empresas.

A comprovação deste item se dará por meio de declaração original, assinada pelo cliente tomador do serviço ou por meio de cópia do contrato, de pelo menos uma empresa que esteja entre as 500 (quinhentas) maiores empresas do ranking 2023 das 1.500 maiores empresas brasileiras do Estadão, conforme lista apresentada no Apêndice A deste Adendo.

PÚBLICA

A empresa que não constar no referido ranking deverá possuir receita líquida comprovada equivalente ou superior à 500ª empresa do ranking do Estadão (R$ 1.650.043.000,00). A comprovação será feita por meio de envio de balanço financeiro da empresa ou, na ausência deste, outro documento com o mesmo valor contábil e jurídico.

Excepcionalmente, para o caso de órgãos e autarquias do Governo Federal ou Estadual ou Ministério de Estado, a comprovação poderá ser feita com um contrato anual ou de duração superior, com objeto semelhante ao desta licitação, com valor mínimo de R$ 10.000.000,00 (dez milhões de reais) por ano. O cálculo do valor anual será efetuado pelo valor total do contrato, dividido pelo prazo em anos.

A prestação do serviço deve ter ocorrido nos últimos 3 (três) anos, tendo como referência a data de publicação deste edital, e ter sido feita por pelo menos 1 ano ininterrupto.

Avaliação do Subquesito I – Experiência no atendimento de grandes empresas:

Desempenho	Pontuação
A empresa atendeu pelo menos 1 empresa entre as 150 primeiras do Ranking 1500 do Estadão ou com receita líquida equivalente.	5
A empresa atendeu pelo menos 1 empresa entre as 151-300 do Ranking 1500 do Estadão ou com receita líquida equivalente ou autarquia ou órgãos do governo federal ou estadual ou ministérios com um contrato anual com objeto semelhante ao desta licitação com valor mínimo de R$10.000.000,00.	3
A empresa atendeu pelo menos 1 empresa entre as 301-500 do Ranking 1500 do Estadão ou com receita líquida equivalente.	1
Não atendeu.	0

4.3.2. **Subquesito II - Experiência em Estratégia Digital – 5 (cinco) pontos**

Deverá comprovar experiência em estratégia de comunicação digital, voltada para diferentes públicos e com diferentes pontos de contato digitais (sites, redes sociais, experiências imersivas etc.) com eles.

Será considerada como experiência a definição do posicionamento da presença de marca

PÚBLICA

digitalmente ou planejamento e execução de estratégia de presença digital, de acordo com o problema de comunicação a ser resolvido. A prestação do serviço deve ter ocorrido nos últimos 3 (três) anos, tendo como referência a data de publicação deste edital.

A comprovação deste item se dará por meio de declaração original, assinada pelo cliente tomador do serviço, informando que:

a) A LICITANTE foi responsável pela proposta de estratégia de presença e posicionamento digital da marca, definindo estratégia para a marca em seu(s) website(s) e/ou redes sociais e os papéis de cada ponto de contato (no mínimo 3) na comunicação com os diversos públicos; ou

b) A LICITANTE foi responsável por projetos ou programas institucionais de conteúdos de marca para canais digitais (voltadas para 2 públicos diferentes ou mais), planejando e executando a solução em seu(s) website(s) e redes sociais.

Avaliação do Subquesito II – Experiência em estratégia digital

Desempenho	Pontuação
A LICITANTE foi responsável: pela proposta de estratégia de presença e posicionamento digital da marca, definindo estratégia para a marca em seu(s) website(s) e/ ou redes sociais de pelo menos três empresas ou; pelo planejamento e execução de pelo menos seis projetos ou programas institucionais de conteúdo de marca para canais digitais.	5
A LICITANTE foi responsável: pela proposta de estratégia de presença e posicionamento digital da marca, definindo estratégia para a marca em seu(s) website(s) e/ou redes sociais de pelo menos duas empresas ou; pelo planejamento e execução de pelo menos cinco projetos ou programas institucionais de conteúdo de marca para canais digitais.	3
A LICITANTE foi responsável: pela proposta de estratégia de presença e posicionamento digital da marca, definindo estratégia para a marca em seu(s) website(s) e/ou redes sociais de pelo menos uma empresa ou; pelo planejamento e execução de pelo menos quatro projetos ou programas institucionais de conteúdo de marca para canais digitais.	1
Não Apresentou.	0

PÚBLICA

4.3.3. **Subquesito III - Valor de investimento em mídia digital – 5 (cinco) pontos**

O LICITANTE deverá comprovar o valor total de investimentos em redes sociais (Facebook, Instagram, "X", LinkedIn, TikTok, Kwai, Pinterest, Twitch e Google/ Youtube) gerido pela LICITANTE, nos últimos 3 (três) anos, tendo como referência a data de publicação deste edital, para o conjunto de até três clientes.

Este subquesito será avaliado de acordo com a tabela de pontuação abaixo:

Desempenho	Pontuação
Gestão de investimento total em redes sociais de, pelo menos, R$ 40 (quarenta) milhões.	5
Gestão de investimento total em redes sociais de, pelo menos, R$ 20 (vinte) milhões.	3
Gestão de investimento total em redes sociais de, pelo menos, R$ 10 (dez) milhões.	1
Não atendeu.	0

4.3.4. **Subquesito IV- Experiência na criação de sites corporativos – 5 (cinco) pontos**

Será considerada a experiência da LICITANTE planejando, criando e gerindo projeto de sites corporativos. A complexidade dos sites será avaliada pelos usuários (users), idiomas e a existência de CMS (Content Management System) para publicação e edição de conteúdos.

A comprovação deste item se dará por meio de declaração original, assinada pelo cliente tomador do serviço, informando:

a) O número médio de usuários mensais do ambiente no período de 01 (um) ano ou ao menos sua ordem de grandeza (exemplo: entre mais de 200 e menos de 300 mil usuários, acima de 300 mil usuários);

b) Os idiomas em que o site está disponível;

c) O CMS utilizado;

PÚBLICA

d) Link para o site, se ainda disponível online.

Este subquesito será avaliado de acordo com a tabela de pontuação abaixo:

Desempenho	NOTA
Experiência comprovada planejando, criando e mantendo o projeto de 3 sites, sendo pelo menos um deles com uma média de pelo menos 200 mil usuários (users) mensais no período de um ano, 2 idiomas e conteúdos atualizados via CMS e os demais sites acima de 150 mil usuários (users) mensais, conteúdos atualizados via CMS.	5
Experiência comprovada planejando, criando e mantendo o projeto de 3 sites, sendo pelo menos um deles com uma média de pelo menos 150 mil usuários (users) mensais no período de um ano, 2 idiomas e conteúdos atualizados via CMS e os demais com média anual de pelo menos 100 mil usuários (users) mensais, 2 idiomas e conteúdo atualizado via CMS.	3,5
Experiência comprovada planejando, criando e mantendo o projeto de dois sites, sendo pelo menos um deles com uma média de pelo menos 100 mil usuários (users) mensais no período de um ano e outro com média de pelo menos 50 mil usuários (users) mensais e conteúdos atualizados via CMS.	2
Experiência comprovada planejando, criando e mantendo o projeto de um site com uma média de pelo menos 100 mil usuários sessões (visitas) mensais no período de um ano e conteúdos atualizados via CMS.	1
Não atendeu.	0

4.4. **QUESITO 3 - RELATOS DE SOLUÇÕES DE COMUNICAÇÃO DIGITAL – 15 pontos**

Será constituído de textos, tabelas, quadros, planilhas, fotos, vídeo ou outros recursos, por meio dos quais a LICITANTE deverá relatar sua experiência no planejamento e execução de soluções de comunicação digital.

A LICITANTE deverá apresentar 3 relatos de ações de cunho institucional, de acordo com as seguintes premissas:

Relato 1: Projetos ou programas de conteúdos de marca para canais digitais. É necessário

PÚBLICA

que o projeto envolva pelo menos 2 redes sociais distintas e um ambiente proprietário, trabalhados de forma integrada e complementar.

Relato 2: Projeto ou programa em redes sociais direcionada a pelo menos 2 públicos e, no mínimo, em 3 redes sociais diferentes. O relato deverá envolver, necessariamente, o uso de influenciador(es).

Relato 3: Criação ou reformulação de um site institucional ou blog corporativo.

A LICITANTE deverá apresentar as informações que constituem o quesito considerando as seguintes orientações:

a) Deverá ser elaborado pela LICITANTE, em documento que a identifique;

b) Deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura digital de funcionário da LICITANTE responsável por sua elaboração;

c) Não pode referir-se a ações de comunicação digital solicitadas ou aprovadas pela PETROBRAS ou suas subsidiárias, no âmbito de contratos anteriores ou vigentes;

d) Deverá estar formalmente referendado pelo respectivo cliente, por meio da assinatura digital, nome, cargo/ função e informações de contato (e-mail e telefone), de forma a atestar a sua autenticidade.

Os relatos deverão ser entregues com identificação. No entanto, não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que também esteja presente nos itens não identificados e que, porventura, possibilite a identificação e autoria dos itens do Quesito 1, sendo passível de desclassificação.

A LICITANTE deverá apresentar 03 (três) relatos, executados pela LICITANTE e implementados por seus clientes, nos últimos 3 (três) anos, tendo como referência a data de publicação deste edital. Cada um dos relatos, deve apresentar:

a) O problema de comunicação enfrentado, a estratégia e os objetivos da ação de comunicação digital;

b) A dor do Público e Problema Solucionado: identificar a necessidade ou problema do público-alvo que foi abordado e resolvido;

c) A metodologia utilizada para seleção de influenciadores e/ou a estratégia utilizada para garantir a visibilidade e acessibilidade do ambiente digital;

d) Descrição da solução proposta e sua defesa;

e) Se disponíveis, imagens e links da referida ação;

PÚBLICA

f) Os principais resultados qualitativos ou quantitativos;

A LICITANTE deverá escolher entre o formato textual OU apresentação OU vídeo. Cada relato deverá ser apresentado em um dos formatos listados, naquele que a LICITANTE julgar mais adequado, observando as seguintes limitações:

Se a LICITANTE optar pelo relato em texto, o mesmo deverá ser apresentado em um documento digital único em formato PDF para cada relato, **com o máximo de 05 (cinco) páginas**, não incluindo a capa e a folha de assinatura digital:

a) Capa e conteúdo em formato A4, fundo branco, orientação retrato;

b) Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

c) Espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos; alinhamento justificado do texto;

d) Texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho 12 pontos;

e) Numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;

f) Assinado digitalmente na última página por quem detenha poderes de representação da LICITANTE, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

Se a LICITANTE optar pela apresentação do relato em vídeo, o mesmo deverá ser apresentado em arquivo digital, em formato MP4, ter duração máxima de 10 minutos. Não serão aceitos vídeos online ou disponibilizados via link.

Se a LICITANTE optar pela apresentação do relato em formato de apresentação em forma de slides, o mesmo deverá ser apresentado em arquivo digital, executável em sistema operacional Windows, e o arquivo não deverá ultrapassar 10 (dez) telas.

É permitida a inclusão de até 10 (dez) telas do site ou das peças em redes sociais, independentemente da forma escolhida para apresentação dos relatos. As telas deverão ser apresentadas em arquivos digitais, executáveis no sistema operacional Windows, não sendo contabilizadas no limite de 05 (cinco) páginas ou nos limites estipulados para a apresentação ou vídeo utilizados para o detalhamento do relato.

Adicionalmente, deverá ser apresentada 1 (uma) página com a listagem de todas as telas incluídas, com breve descrição das mesmas. Essa página adicional deverá ser incorporada ao final das 05 (cinco) páginas do relato, sendo a página de número 6 (seis) ou vir de forma avulsa, acompanhando a apresentação ou vídeo.

Para cada relato, deverá ser entregue:

PÚBLICA

Obrigatoriamente:

- Apresentação do relato (arquivo de texto, vídeo ou apresentação de slides).

Opcionalmente:

- Telas do site antigo, telas do site novo, página de listagem das telas; ou

- Telas das peças em redes sociais, repercussão, comentários.

Os arquivos devem ser nomeados como “Relato 01”, “Relato 02” e “Relato 03”, com sua respectiva extensão, em texto ou apresentação/vídeo.

As telas que venham a fazer parte dos relatos devem ser nomeadas sequencialmente como “Tela 01” a “Tela xx”, com a respectiva extensão e referência cruzada com cada relato, na ordem em que aparecem nos arquivos.

Avaliação dos Relatos de Soluções de Comunicação Digital, 15 pontos (Cada relato poderá alcançar a pontuação máxima de 5 pontos)

Serão avaliados, conforme itens abaixo:

a) A evidência de se tratar de um projeto ou programa de conteúdos de marca para canais digitais ou site institucional/ um tema institucional;

b) A coerência da solução proposta para o problema apresentado;

c) Sua adequação ao público-alvo;

d) Pertinência, clareza e lógica da análise/diagnóstico que embasa a proposta de solução de comunicação digital;

e) Robustez e complexidade do desafio;

f) A originalidade e contemporaneidade da forma e abordagem;

g) Uso de recursos, tendências e soluções próprias dos meios digitais;

h) A relevância dos resultados apresentados.

Será aplicada objetivamente a pontuação prevista, conforme indica a tabela abaixo, podendo ter variação de 0,5 pontos, considerando o peso 0,5 para totalizar 5 pontos para cada relato do subquesito.

PÚBLICA

Desempenho	Nota	Peso
Apresentou um relato consistente e coerente.	8 a 10	0,5
Apresentou um relato com ausência de até 3 subitens.	5,5 a 7,5	
Apresentou um relato inconsistente ou ausência de até 4 subitens.	3 a 5	
Elaborou um plano com muito inconsistente ou ausência de 5 ou mais subitens.	0,5 a 2,5	
Não atendeu.	0	

5. DOS TRABALHOS DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

5.1. Concluída a análise individualizada e o julgamento técnico do conteúdo da pasta do ARQUIVO N. 1, o Secretário da Subcomissão Técnica entregará ao Presidente da Comissão de Licitação, pelo sistema de comunicação interno, os seguintes documentos, criptografados e com trava de encaminhamento:

a) Planilha contendo as pontuações de cada LICITANTE relativas aos quesitos analisados;

b) Justificativas escritas das razões que fundamentaram as pontuações;

c) Ata de julgamento das vias não identificadas do Quesito 1 – Plano de Comunicação Digital, assinada por todos os membros da Subcomissão Técnica.

5.2. Somente após a entrega dos documentos mencionados no item 5.1, a Comissão de Licitação encaminhará à Subcomissão Técnica, **a pasta ARQUIVO N. 2 – Capacidade de Atendimento e a pasta ARQUIVO N. 3 - Relatos de Soluções de Comunicação Digital**.

5.3. Concluída a análise individualizada e o julgamento técnico do conteúdo das pastas ARQUIVO N. 2 e ARQUIVO N. 3, o Secretário da Subcomissão Técnica entregará ao Presidente da Comissão de Licitação, pelo sistema de comunicação interno, os seguintes documentos, criptografados e com trava de encaminhamento:

a) Planilha contendo as pontuações de cada LICITANTE relativas ao quesito e subquesitos analisados;

b) Justificativas escritas das razões que fundamentaram as pontuações;

PÚBLICA

c) Atas de julgamento das propostas referente à "**Capacidade de Atendimento**" e "**Relatos de Soluções de Comunicação Digital**", assinada por todos os membros da Subcomissão Técnica.

5.4. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, sendo apontada na ata de julgamento a respectiva ocorrência, exceto nos casos em que o descumprimento decorrer da identificação da proposta não identificada do LICITANTE antes da conclusão da avaliação técnica pela Subcomissão Técnica.

6. PONTUAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

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

6.1.1. Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito deverá ser avaliado o grau de atendimento das Propostas Técnicas ao disposto neste Edital e seus anexos.

6.1.2. Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, pela Subcomissão Técnica, no máximo, as seguintes pontuações:

QUESITO	SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. Plano de Comunicação Digital	I. Diagnóstico e Raciocínio Estratégico	5
	II. Estratégia de Comunicação Digital	15
	III. Ideia Criativa e Solução para Redes Sociais	7,5
	IV – Estratégia de influenciadores	5
	V- Projeto de Ambiente Digital	5
	VI- Usabilidade, Acessibilidade e Responsividade	5
	VII-. Plano de Mídia Digital e Orçamentação	7,5
	VIII. Monitoramento e Métricas	10
	IX- Plano de SEO e GEO	5
	PONTUAÇÃO TOTAL MÁXIMA DO QUESITO	**65**
2.	I. Experiência no atendimento de grandes empresas	5

PÚBLICA

Capacidade de Atendimento	II. Experiência em Estratégia Digital	5
	III. Valor de investimento em mídia digital	5
	IV- Experiência na criação de sites corporativos	5
	PONTUAÇÃO TOTAL MÁXIMA DO QUESITO	**20**
3. Relatos de Comunicação Digital	I. Relato 1 de Soluções de Comunicação Digital	5
	II. Relato 2 de Soluções de Comunicação Digital	5
	II. Relato 3 de Soluções de Comunicação Digital	5
	PONTUAÇÃO TOTAL MÁXIMA DO QUESITO	**15**
	PONTUAÇÃO TOTAL MÁXIMA	**100**

Se a LICITANTE não observar a quantidade estabelecida para apresentação dos Relatos de Soluções de Comunicação Digital, sua pontuação máxima nesse quesito será dada pela quantidade de relatos por ela apresentada, sem aplicação de qualquer proporcionalidade.

6.2. A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 2 (duas) casas decimais.

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

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

6.5. A pontuação final de cada LICITANTE corresponderá à soma dos pontos dos 03 (três) quesitos: Plano de Comunicação Digital; Capacidade de Atendimento; e Relatos de Soluções de Comunicação Digital e será denominada Nota da Proposta Técnica (PT).

6.6. **Serão classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as**

PÚBLICA

LICITANTES que atenderem a todas as condições a seguir:

a) obtiverem pontuação final da Nota da Proposta Técnica (PT) igual ou superior a 70 (setenta) pontos;

b) não obtiverem pontuação 0 (zero) em nenhum dos quesitos e/ou subquesitos;

c) atenderem às demais exigências deste documento e não incorrerem nas situações descritas no item 6.7.

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

a) apresentar qualquer informação, marca, sinal, palavra, etiqueta ou qualquer outro elemento que, efetivamente e por si só, de forma inequívoca, possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Digital – via não identificada, no conteúdo da pasta ARQUIVO N. 1;

b) obtiverem pontuação final da Nota da Proposta Técnica (PT) inferior a 70 (setenta) pontos;

c) obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos e/ou subquesitos;

d) Apresentar qualquer declaração ou atestado de cliente ou documento que se revelar inverídico total ou parcialmente;

e) Incorrer na prática de plágio, parcial ou total, que seja comprovado.

6.8. Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do Edital, a depender da gravidade da ocorrência, podendo ser relevados aspectos puramente formais que não comprometam a lisura e o caráter competitivo da licitação.

6.9. A pontuação da proposta técnica será utilizada para o cálculo da Nota Final (NF).

6.9.1. Serão atribuídos 100 (cem) pontos ao LICITANTE que apresentar a maior pontuação na Nota da proposta técnica, conforme item 6.5.

6.9.2. Para os demais LICITANTES, a Nota Final (NF) será o total da razão inversa da maior nota da proposta técnica, resultando em uma nota máxima de 100 pontos, de acordo com a seguinte fórmula:

NF = 100 x (PT/MPT)

Em que:

PÚBLICA

NF = Nota Final;
PT = Nota da Pontuação Técnica obtida pelo LICITANTE;
MPT = Maior Nota de Pontuação técnica obtida pelos LICITANTES.

6.9.3. Para o cálculo da NOTA FINAL (NF) serão consideradas 2 (duas) casas decimais.

7. CLASSIFICAÇÃO DOS LICITANTES

7.1. A classificação dos LICITANTES dar-se-á em ordem decrescente dos valores das NOTAS FINAIS. No caso de empate, deverá ser aplicado o previsto no item 7.4 e subitens.

7.2. Serão consideradas vencedoras as 02 (duas) LICITANTES que atingirem as maiores NOTAS FINAIS.

7.3. **Caso apenas *01 (uma) licitante ser classificada no certame, a Petrobras reserva-se o direito de adotar as seguintes providências: I. Celebrar contrato pelo valor correspondente ao previsto para os serviços contínuos (itens 2 ao 11 da PPU) e o equivalente a 50% (cinquenta por cento) do valor de remuneração estabelecido neste instrumento para os serviços sob demanda, serviços complementares e item 1 da PPU; II. Instaurar novo processo licitatório visando à contratação de empresa adicional, do qual ficará impedida de participar a licitante vencedora do presente certame.***

7.4. Havendo empate na classificação prevista no item 7.1, a Comissão procederá da seguinte forma, nesta ordem, até que o ocorra o desempate:

i. Avaliação do desempenho contratual dos Licitantes, por meio do Conceito de Desempenho de Fornecedor. Os licitantes empatados serão ordenados do melhor para o pior Conceito de Desempenho;

ii. Avaliação do Desenvolvimento pelo Licitante de ações de equidade entre homens e mulheres no ambiente de trabalho, conforme Decreto nº 11.430, de 2023;

iv. Avaliação de Desenvolvimento pelo Licitante de programa de integridade, conforme orientações dos órgãos de controle.

Se ainda assim não houver desempate, será assegurada preferência, sucessivamente, aos bens e serviços produzidos ou prestados por:

I - empresas estabelecidas no Estado do Rio de Janeiro, local principal de prestação dos serviços;

II - empresa brasileiras;

PÚBLICA

III - empresas que invistam em pesquisa e no desenvolvimento de tecnologia no País;

IV - empresas que comprovem a prática de mitigação, nos termos da Lei nº 12.187, de 29 de dezembro de 2009.

V - Efetuar o sorteio.

7.4.1. Persistindo o empate, será feito sorteio, a ser realizado pela Caixa Econômica Federal, em data e formato a ser divulgado pela Comissão de Licitação na área pública da sala de colaboração da Petronect.

7.4.2. As LICITANTES melhores classificadas serão convocadas para as etapas seguintes do processo licitatório.

8. DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS

8.1. A divulgação de resultado será realizada após a fase de habilitação prevista no item 6 do edital e o período recursal (único) será aberto conforme previsto no item 7 do edital. A divulgação do resultado será realizada por meio de Circular, via sala de colaboração da oportunidade, no Portal Petronect.

8.2. Na data da divulgação do resultado será disponibilizado, aos licitantes que participaram da oportunidade, acesso às atas de avaliação das propostas técnicas, além de planilha geral contendo as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada Proposta Técnica. Não constará da planilha geral a pontuação das licitantes desclassificadas por descumprimento de normas do edital.

(fim do anexo)

PÚBLICA