



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS
PRÓ-REITORIA DE PLANEJAMENTO E GESTÃO



ESTUDOS PRELIMINARES

1. Dados do Processo:

Memorando Nº:	5/2019- DCOM (12.33.05)		
Objeto:	Contratação serviço de mailing e clipping		
Portaria de designação Nº:	Portaria 99 (22/4/2019) Portaria 130 (20/6/2019) Portaria 150 (18/7/2019)		
Equipe de Planejamento:	Sandro Freire de Araújo	1095832	Presidente da Equipe
	Camila de Souza Caetano	2398073	Integrante Requisitante
	Samara Aparecida Resende Avelar	2399182	Integrante Administrativo

2. Normativos que disciplinam os serviços a serem contratados:

O serviço a ser contratado tem amparo nos seguintes normativos:

- IN nº 5, 27 de junho de 2014: Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão
- IN nº 5, 26 de maio de 2017: Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão

3. Necessidade da Contratação:

O objeto da presente contratação são: serviço de Clipping e serviço de Mailing, ambos para o aperfeiçoamento da relação entre Universidade e imprensa/sociedade.

Serviço de Clipping

A avaliação do resultado do trabalho realizado pela assessoria de imprensa da UFLA só é possível por meio de um clipping, que é um relatório diário com todos os materiais veiculados na mídia – seja ela: impressa, online, rádio ou TV – que remete a imagem da instituição.

Por meio do clipping é possível verificar o que tem sido divulgado sobre a UFLA, antecipar-se a problemas, detectar possíveis crises, acompanhar a reputação da Universidade na mídia e mensurar os resultados da comunicação.

Desta forma, o clipping é uma ferramenta necessária para o planejamento e o desenvolvimento de estratégias da administração para tomadas de decisões.

Serviço de Mailing

A UFLA necessita de um compilado de e-mails e contatos de jornalistas dos mais distintos veículos de comunicação do País para que seja possível emplacar notícias sobre a Universidade em jornais, portais on-line, rádio e TV, resultando assim, em maior visibilidade para a Instituição.

Sendo assim, por meio da contratação de um serviço de mailing a DCOM poderá ter acesso às informações necessárias dos jornalistas, como nome, veículo de atuação, contato profissional, endereço de e-mail, editoria que trabalha entre outros.

Nesse sentido, o serviço de mailing torna-se fundamental para rotinas da Assessoria de Imprensa e Comunicação da UFLA sobretudo no que diz respeito ao cumprimento da missão da Universidade: “manter e promover a excelência no ensino, na pesquisa e na extensão, produzindo e disseminando o conhecimento científico e tecnológico de alta qualidade na sociedade, contribuindo para formação do ser humano e profissional criativo, competente, crítico reflexivo e comprometido com a ética para uma sociedade mais justa e democrática”

3.1. Análise da Contratação Anterior:

Não houve contratação anterior do serviço solicitado.

4. Referência ao PDI/PDTIC da UFLA:

A contratação ora solicitada está alinhada a uma série de metas do Plano de Desenvolvimento Institucional - PDI 2016-2020, como o item 2.1.9.4. Planejamento do desenvolvimento da área de Comunicação Institucional.

Dentre os objetivos está estreitar e fortalecer a interação da UFLA com a sociedade, por meio de veículos externos de comunicação:

Acompanhar e avaliar o resultado do trabalho, por meio de clipping e relatórios que subsidiem a tomada de decisão e melhorias no processo.

Expandir a rede de contatos com jornalistas que cobrem editorias de interesse da UFLA, por meio da aquisição de um mailing que inclua os principais veículos de imprensa do País, especificamente com editorias estratégicas como Educação, Ciência & Tecnologia, Agronegócio, Geral e Cidade. Com a contratação do mailing a meta da DCOM é aumentar o número de inserções jornalísticas espontâneas anuais em veículos de abrangência nacional, estadual e regional/local.

5. Requisitos da Contratação:

O objeto será licitado por item, conforme descrito abaixo:

Item	Descrição	Características Gerais
1	Serviço de clipping	Clipping Jornalístico Online sobre a Universidade Federal de Lavras com monitoramento de mídias, gestão de informação e análise de conteúdo. Monitoramento ininterrupto de informações, notícias, matérias jornalísticas e entrevistas veiculadas em mídia impressa, jornais, revistas, agências de notícias, TV, rádios e mídias online.
2	Serviço de mailing	Contratação de empresa para prestação de serviços de mailing jornalístico para a Universidade Federal de Lavras

As características detalhadas de cada item são:

5.1. Serviço de Clipping

O serviço deverá ser realizado por meio de um sistema computadorizado.

O clipping deve ser acessado em uma plataforma online, em plataforma Web, por meio de usuário/senha disponibilizado à instituição.

O rastreio pela empresa contratada deve ser realizado 24h diariamente (de segunda a domingo) em veículos nacionais e internacionais que tenham publicado qualquer informação com, no mínimo, as palavras chave: Universidade Federal de Lavras; UFLA; Federal University of Lavras.

Monitoramento em tempo real de notícias jornalísticas em diversos tipos de mídia off-line (jornais, revistas, televisão, rádio) e online (blogs, sites de notícias, redes sociais, WebTV).

Envio de um relatório diário da quantidade de inserções na mídia, com as devidas especificações como: veículo, assunto, horário, canal/editoria/programa, sinopse, região. O relatório deve ser enviado em duas edições, sendo a primeira até às 8h30 e outra complementar até às 17h30 horas.

A contratada deverá entregar mensalmente (no terceiro dia útil do mês seguinte ao analisado), por e-mail, todo o conteúdo clipado durante o mês, seguido de um relatório qualitativo e quantitativo. Esse relatório deve ser disponibilizado tanto na plataforma online quanto em planilha eletrônica (formato xls ou xlsx) a ser enviada a contratante.

O relatório deve conter cálculo e avaliação por centimetragem das notícias publicadas, com gráficos comparativos mês a mês, e também a avaliação do conteúdo editorial (matérias positivas, negativas e neutras), além da separação por região, tipo de veículo, alcance, abrangência; assuntos mais abordados pela mídia; os porta-vozes da UFLA que estão em maior evidência.

O sistema deve ter a opção de listar as publicações em ordem cronológica e ainda filtrar por temas e veículos.

Autorizar a divulgação do clipping diário nas páginas da UFLA.

A contratada fornecerá login e senha ao contratante, possibilitando que os usuários indicados acessem o serviço em, no máximo, 24 (vinte e quatro) horas após o recebimento da ordem de execução do serviço.

A empresa deverá oferecer um treinamento sobre o manuseio da ferramenta de software contratada, demonstrando as suas funcionalidades de modo que os usuários tenham total autonomia para utilizar a ferramenta e suas funções.

A ferramenta deverá ter interface amigável, que permita a operação de todas as funcionalidades pelos próprios usuários, sem necessidade de conhecimento técnico.

Durante a vigência do contrato, a Contratada deverá disponibilizar, em horário comercial, uma equipe de profissionais especializados para resolver dúvidas ou dar orientações sobre a utilização do sistema, por meio de contato telefônico, e-mail ou outra forma de suporte online igualmente eficiente.

Solucionar quaisquer falhas técnicas na página de acesso ou nos sistemas de clipping e acesso às notícias, restabelecendo integralmente o funcionamento dos serviços num prazo máximo de 24 horas.

Prestar os serviços objeto desta contratação em período integral; ou seja, 24 (vinte e quatro) horas por dia e 7 (sete) dias por semana, incluindo sábados, domingos e feriados.

Comunicar imediatamente ao gestor do contrato a ocorrência de qualquer fato que possa prejudicar a execução do objeto contrato, sob pena de desconsideração do fato em eventual justificativa de descumprimento contratual e de responsabilização da Contratada por qualquer dano decorrente do atraso ou da falta de comunicação.

5.2. Serviço de Mailing

O Mailing, deverá conter, no mínimo, 5 mil e-mails cadastrados (de jornalistas de todas as macrorregiões do Brasil, distribuídos em todos os estados) e ser atualizado pelo menos uma vez por mês.

A data da última atualização do banco de dados deverá estar visível na página inicial do sistema.

Deverá contar com os contatos dos veículos das grandes e pequenas mídias nacionais, estaduais e locais. Além de mídias especializadas nas seguintes editorias: educação, ciência, ciência e tecnologia, tecnologia, inovação, ciências agrárias, agricultura, meio ambiente, saúde, bem-estar, saúde e bem-estar, nutrição e economia, dentre outras semelhantes.

O acesso será via Plataforma virtual (visualização/manuseio por meio de site/sistema online da contratada), que deverá possibilitar, no mínimo:

- Opção de envio de e-mail de teste (preview), para endereços previamente selecionados, antes do envio definitivo da mensagem para o mailing selecionado.
- Relatórios de acompanhamento da entrega e da abertura das mensagens, com as seguintes informações: número de mensagens com abertura e leitura confirmadas e não-confirmadas; data e hora da abertura das mensagens; taxa de retorno das mensagens, com indicação do motivo que impediu a entrega (caixa postal cheia, erro no endereço do destinatário, etc); informações de envio e abertura segmentadas por veículo, editoria, mídia, localização, etc
- Relação dos endereços que não receberam a mensagem e especificar o erro.
- Tecnologia que garanta a entrega de no mínimo 70% (setenta por cento) da campanha enviada na caixa de entrada dos contatos, não podendo cair em spam ou lixo eletrônico.
- Envio de e-mails em HTML, com imagens no formato JPEG e PNG e com a possibilidade de inserção de links na peça, bem como a inserção de arquivos anexos à mensagem.
- Agendamento de envio para a data e o horário desejados.
- Importação de lista de e-mails em arquivo nos formatos mais comuns (XLS, CSV e TXT).
- Arquivo digital de releases e mensagens enviados.
- Envio ilimitado de e-mails pela plataforma.
- Ao menos quatro formas distintas de filtro para seleção de mailings de jornalistas e de veículos de imprensa: veículo e editoria; cidade/estado/região; tipo de veículo (ex: rádio, TV, internet, jornal, revista); cargo (editor, diretor, repórter, pauteiro etc.).
- Cadastro com, no mínimo, os seguintes dados do mailing de jornalistas: Nome e sobrenome, cargo, editoria (quando couber), veículo, cidade, estado, endereço, DDD, telefone e e-mail.
- Cadastro com, no mínimo, os seguintes dados do mailing de veículos de imprensa (no que couber): tipo de mídia (agências de notícia, sítio de internet, blog de internet, jornais, revistas, rádios, TVs, órgãos de governo, entidades, etc.), Unidade da Federação, cidade, abrangência, periodicidade, tiragem, relação de chefias (presidentes, coordenadores, editores, etc.) e seus respectivos contatos (nome completo, endereço físico, telefones e e-mail).

- Busca rápida de contatos por cargo, nome ou editoria de um veículo de comunicação específico.

A contratada fornecerá login e senha ao contratante, possibilitando que os usuários indicados acessem o serviço em, no máximo, 24 (vinte e quatro) horas após o recebimento da ordem de execução do serviço.

A empresa deverá oferecer um treinamento sobre o manuseio da ferramenta de software contratada, demonstrando as suas funcionalidades de modo que os usuários tenham total autonomia para utilizar a ferramenta e suas funções.

A ferramenta deverá ter interface amigável, que permita a operação de todas as funcionalidades pelos próprios usuários, sem necessidade de conhecimento técnico.

Durante a vigência do contrato, a Contratada deverá disponibilizar, em horário comercial, uma equipe de profissionais especializados para resolver dúvidas ou dar orientações sobre a utilização do sistema, por meio de contato telefônico, e-mail ou outra forma de suporte online igualmente eficiente.

Solucionar quaisquer falhas técnicas na página de acesso ou nos sistemas de mailing e de distribuição de releases, restabelecendo integralmente o funcionamento dos serviços num prazo máximo de 24 horas.

Prestar os serviços objeto desta contratação em período integral; ou seja, 24 (vinte e quatro) horas por dia e 7 (sete) dias por semana, incluindo sábados, domingos e feriados.

Comunicar imediatamente ao gestor do contrato a ocorrência de qualquer fato que possa prejudicar a execução do objeto contrato, sob pena de desconsideração do fato em eventual justificativa de descumprimento contratual e de responsabilização da Contratada por qualquer dano decorrente do atraso ou da falta de comunicação.

5.3. Natureza da Contratação:

Considera-se que os serviços de mailing e clipping se enquadram como serviço continuado por haver prejuízos aos serviços da Diretoria de Comunicação caso a execução seja interrompida, pois são de fundamental importância para que a UFLA seja mais efetiva em suas ações de comunicação. Sua interrupção comprometeria o andamento de processos de trabalho.

O serviço a ser contratado, de natureza continuada, enquadra-se na Portaria Nº 1.4787, de 27 de novembro de 2014:

"Art. 1º Ficam definidos todos os serviços considerados de natureza contínua que cuja interrupção possa comprometer a continuidade das atividades da Administração (...)

VI - assinatura de clipping de jornais (mídia impressa e eletrônica);

LXI - publicidade e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários"

5.4. Duração Inicial do Contrato:

Os serviços objeto desta contratação serão formalizados através de Contrato, que terá vigência de 12 (doze) meses, a partir da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado por períodos iguais e sucessivos, até completar o limite de 60 (sessenta) meses de duração, mediante Termo Aditivo, conforme inciso II do Artigo 57 da Lei nº 8.666/93, havendo interesse da Administração, contado a partir da data de sua assinatura, cuja eficácia se dará com a publicação do respectivo extrato no Diário Oficial da União, de acordo com o prazo estabelecido pelo parágrafo único do Artigo 61, da Lei nº 8.666/93.

5.5. Sustentabilidade:

Serviço todo on-line.

5.6. Relevância dos requisitos estipulados:

Serviço de Clipping

Itens referentes à participação que são indispensáveis: acompanhamento em tempo real das notícias vinculadas na mídia sobre a UFLA; envio diário do levantamento realizado pela empresa em duas edições (manhã e tarde); envio mensal do relatório com o material clipado e as devidas análises.

Serviço de Mailing

Itens referentes à participação que são indispensáveis: banco de dados com no mínimo 5 mil contatos de jornalistas de todas as macrorregiões do Brasil, distribuídos em todos os estados; atualização sistemática e regular do banco de dados com informações sobre as empresas de comunicação e jornalistas cobertos; filtro para seleção de mailings de jornalistas e de veículos de imprensa: veículo e editoria; cidade/estado/região, e tipo de veículo (ex: rádio, TV, internet, jornal, revista); busca rápida de contatos por cargo, nome ou editoria de um veículo de comunicação específico.

6. Estimativa das Quantidades:

O serviço será mensurado de maneira mensal.

Item	Descrição	Unidade	Quantidade anual
1	Serviço de clipping	Serviço	12
2	Serviço de mailing	Serviço	12

7. Levantamento de Mercado e Justificativa da Escolha do Tipo de Solução a Contratar:

O serviço de clipping e de mailing são realizados por uma significativa quantidade de prestadores e têm sido contratados com frequência por órgãos e entidades públicas.

Exemplos de empresas do órgão público que realizaram a contratação de clipping recentemente:

Agência Nacional do Cinema (link para acesso: <https://www.sigapregao.com.br/app/pregao/203003/6/2019>)

Agência Nacional de Saúde Suplementar: (link para acesso: <https://www.sigapregao.com.br/app/pregao/253003/10/2019>)

Agência Brasileira de Inteligência (link para acesso: <https://www.sigapregao.com.br/app/pregao/110120/13/2019>)

Fundação Universidade de Brasília (link para acesso:

http://www.daf.unb.br/index.php?option=com_phocadownload&view=category&id=136:contrato-156-2018-prestacao-de-servicos-de-clipping-jornalistico-online&Itemid=688)

Ministério do Desenvolvimento Agrário (link para acesso:

http://www.mda.gov.br/sitemda/sites/sitemda/files/licitacao/Edital_Cliping_Eletr%C3%B4nico_-_PE_172013-14380629.pdf)

Exemplos de empresas do órgão público que realizaram a contratação de mailing recentemente:

Ministério do Meio Ambiente: (link para acesso: <http://www.comprasnet.gov.br/aceso.asp?url=/edital-443020-05-3-2018>)

Conselho Federal de Medicina Veterinária: (link para acesso: <http://portal.cfmv.gov.br/licitacoes/download-arquivo/id/739>)

Ministério da Justiça: (link para acesso: <https://www.justica.gov.br/Acesso/licitacoes-e-contratos/licitacoes/ministerio-da-justica/pregao/2018/collective-nitf-content-17/edital-pe-18-2018.pdf>)

Senado: (link para acesso:

https://www.senado.leg.br/transparencia/liccontr/licitacoes/download.asp?COD_LICITACAO=41854)

8. Estimativas de Preços ou Preços Referenciais:

A pesquisa de preços foi realizada mediante a utilização dos seguintes parâmetros:

1) SERVIÇO DE MAILING

Foi realizada busca no painel de preços, porém não foi encontrado um preço de referência que pudesse ser utilizado, visto que não continha as mesmas especificações do serviço a ser adquirido pela UFLA. O único resultado que poderia ser utilizado seria da Dispensa de Licitação nº 20/2019 realizada pela FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DO ABC, porém já temos um orçamento com o mesmo fornecedor COMUNIQUE-SE S/A, o qual é mais adequado para as especificidades da demanda desta Universidade.

Por fim, foram utilizados orçamentos diretos com fornecedores e o método foi média simples.

2) SERVIÇO DE CLIPPING

Foram utilizados preços do painel de compras e de orçamentos diretos dos fornecedores, conforme instrução normativa. O método foi a média simples.

Sendo assim, o valor estimado para a contratação segue descrito na tabela abaixo.

ITEM	CATSER	DESCRIÇÃO	UNIDADE DE MEDIDA	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO MÁXIMO ACEITÁVEL	VALOR GLOBAL ANUAL MÁXIMO ACEITÁVEL
1	10219	Serviço de clipping	Serviço	12	R\$2.299,75	R\$ 27.597,00
2	10219	Serviço de mailing jornalístico	Serviço	12	R\$903,00	R\$ 10.836,00

	TOTAL	R\$ 38.433,00
--	-------	---------------

9. Descrição da Solução como um todo:

Item 1: Serviço de Clipping:

O serviço deverá ser realizado por meio de um sistema computadorizado.

O clipping deve ser acessado em uma plataforma online, em plataforma Web, por meio de usuário/senha disponibilizado à instituição.

O rastreio pela empresa contratada deve ser realizado 24h diariamente (de segunda a domingo) em veículos nacionais e internacionais que tenham publicado qualquer informação com, no mínimo, as palavras chave: Universidade Federal de Lavras; UFLA; Federal University of Lavras.

Monitoramento em tempo real de notícias jornalísticas em diversos tipos de mídia off-line (jornais, revistas, televisão, rádio) e online (blogs, sites de notícias, redes sociais, WebTV).

Envio de um relatório diário da quantidade de inserções na mídia, com as devidas especificações como: veículo, assunto, horário, canal/editoria/programa, sinopse, região. O relatório deve ser enviado em duas edições, sendo a primeira até às 8h30 e outra complementar até às 17h30 horas.

A contratada deverá entregar mensalmente (no terceiro dia útil do mês seguinte ao analisado), por e-mail, todo o conteúdo clipado durante o mês, seguido de um relatório qualitativo e quantitativo. Esse relatório deve ser disponibilizado tanto na plataforma online quanto em planilha eletrônica (formato xls ou xlsx) a ser enviada a contratante.

O relatório deve conter cálculo e avaliação por centimetragem das notícias publicadas, com gráficos comparativos mês a mês, e também a avaliação do conteúdo editorial (matérias positivas, negativas e neutras), além da separação por região, tipo de veículo, alcance, abrangência; assuntos mais abordados pela mídia; os porta-vozes da UFLA que estão em maior evidência.

O sistema deve ter a opção de listar as publicações em ordem cronológica e ainda filtrar por temas e veículos.

Item 2: Serviço de Mailing:

O Mailing, deverá conter, no mínimo, 5 mil e-mails cadastrados (de jornalistas de todas as macrorregiões do Brasil, distribuídos em todos os estados) e ser atualizado pelo menos uma vez por mês.

Deverá contar com os contatos dos veículos das grandes e pequenas mídias nacionais, estaduais e locais. Além de mídias especializadas nas seguintes editorias: educação, ciência, ciência e tecnologia, tecnologia, inovação, ciências agrárias, agricultura, meio ambiente, saúde, bem-estar, saúde e bem-estar, nutrição e economia, dentre outras semelhantes.

O acesso será via Plataforma virtual (visualização/manuseio por meio de site/sistema online da contratada), que deverá possibilitar, no mínimo:

- Opção de envio de e-mail de teste (preview), para endereços previamente selecionados, antes do envio definitivo da mensagem para o mailing selecionado.

- Relatórios de acompanhamento da entrega e da abertura das mensagens, com as seguintes informações: número de mensagens com abertura e leitura confirmadas e não-confirmadas; data e hora da abertura das mensagens; taxa de retorno das mensagens, com indicação do motivo que impediu a entrega (caixa postal cheia, erro no endereço do destinatário, etc); informações de envio e abertura segmentadas por veículo, editoria, mídia, localização, etc

- Relação dos endereços que não receberam a mensagem e especificar o erro.

- Tecnologia que garanta a entrega de no mínimo 70% (setenta por cento) da campanha enviada na caixa de entrada dos contatos, não podendo cair em spam ou lixo eletrônico.

- Envio de e-mails em HTML, com imagens no formato JPEG e PNG e com a possibilidade de inserção de links na peça, bem como a inserção de arquivos anexos à mensagem.

- Agendamento de envio para a data e o horário desejados.

- Importação de lista de e-mails em arquivo nos formatos mais comuns (Excel, CSV e TXT).

- Arquivo digital de releases e mensagens enviados.
- Envio ilimitado de e-mails pela plataforma.
- Ao menos quatro formas distintas de filtro para seleção de mailings de jornalistas e de veículos de imprensa: veículo e editoria; cidade/estado/região; tipo de veículo (ex: rádio, TV, internet, jornal, revista); cargo (editor, diretor, repórter, pauteiro etc.).
- Cadastro com, no mínimo, os seguintes dados do mailing de jornalistas: Nome e sobrenome, cargo, editoria (quando couber), veículo, cidade, estado, endereço, DDD, telefone e e-mail.
- Cadastro com, no mínimo, os seguintes dados do mailing de veículos de imprensa (no que couber): tipo de mídia (agências de notícia, sítio de internet, blog de internet, jornais, revistas, rádios, TVs, órgãos de governo, entidades, etc.), Unidade da Federação, cidade, abrangência, periodicidade, tiragem, relação de chefias (presidentes, coordenadores, editores, etc.) e seus respectivos contatos (nome completo, endereço físico, telefones e e-mail).
- Busca rápida de contatos por cargo, nome ou editoria de um veículo de comunicação específico.

10. Observância do Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte – ME/EPP (LC 123/2006):

Diante das contratações similares realizadas por outras instituições e, ainda, segundo as pesquisas de mercado, conforme demonstrado no item 8, não há um mínimo de 3 (três) fornecedores competitivos enquadrados como ME/EPP sediados local ou regionalmente e capazes de cumprir as exigências estabelecidas no instrumento convocatório. Sendo assim, não haverá exclusividade para ME/EPP no processo licitatório.

11. Justificativas para o Parcelamento ou não da Solução:

A licitação poderá acontecer por itens separadamente, sem que haja prejuízo da solução como um todo, assegurando ser técnica e economicamente viável; não havendo perda de escala; aproveitando melhor o mercado e garantindo a competitividade.

12. Resultados Pretendidos em Termos de Economicidade e de Melhor Aproveitamento dos Recursos Humanos, Materiais ou Financeiros Disponíveis:

Serviço de Clipping

O clipping consiste em um monitoramento contínuo de material jornalístico, a fim de coletar tudo que é divulgado sobre a instituição.

Assim, o clipping torna o trabalho de comunicação tangível, pois apresenta as notícias que de fato saíram na mídia, além de apresentar métricas, dados, gráficos, tabelas e outras informações que deverão ser analisadas pelos profissionais de comunicação.

Essas informações são fundamentais para a gestão pensar em estratégias, evitar possíveis crises, identificar oportunidades e tendências e verificar se o posicionamento da instituição está alinhado à imagem que os *stakeholders* (os públicos de interesse) possuem dela.

Serviço de Mailling

O serviço de mailing é um diferencial estratégico nas ações de comunicação, sendo fundamental para obter mais visibilidade da Universidade nos veículos de comunicação.

Com a contratação do mailing a meta da DCOM é aumentar o número de inserções jornalísticas espontâneas anuais em veículos de abrangência nacional, estadual e regional/local, o que permitirá estreitar e fortalecer a interação da UFLA com a sociedade.

Sem o serviço de mailing há prejuízo ao trabalho da DCOM, visto que qualquer divulgação eficaz de pesquisas, de projetos de extensão, eventos e ações voltados ao público externo exige utilização de uma plataforma de mailing constantemente atualizada. Só assim a informação chegará aos interessados naquele conteúdo de maneira rápida e econômica.

13. Providências para Adequação do Ambiente do Órgão:

Esta comissão avalia não haver necessidade de adequação da infraestrutura da DCOM para a execução do contrato.

14. Contratações Correlatas e/ou Interdependentes:

Não há na UFLA uma contratação correlata ao serviço solicitado neste documento.

15. Declaração da Viabilidade ou Não da Contratação:

Com base nos elementos anteriores do presente documento de Estudos Preliminares realizado por esta Equipe de Planejamento, **DECLARAMOS** que:

☒ **É VIÁVEL** a contratação proposta pela unidade requisitante.

☐ **NÃO É VIÁVEL** a contratação proposta pela unidade requisitante.

A Equipe de Planejamento identificada abaixo chegou à conclusão acima em razão do(s) seguinte(s) motivo(s):
(Justificar a decisão tomada com base nos elementos anteriores dos Estudos Preliminares)

* **Preenchimento Obrigatório**

16. Do Acesso às Informações contidas nos presentes Estudos Preliminares:

Nos termos da Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011, esta Equipe de Planejamento entende que:

☒ As informações contidas nos presentes Estudos Preliminares **DEVERÃO ESTAR DISPONÍVEIS** para qualquer interessado, pois não se caracterizam como sigilosas.

☐ As informações contidas nos presentes Estudos Preliminares **ASSUMEM CARÁTER SIGILOSO**, nos termos do Art. 23 da Lei nº 12.527/2011, e, portanto, deverão ter acesso restrito.

17. Responsabilidade da Equipe de Planejamento pela Elaboração e Conteúdo do Documento:

Certificamos que somos responsáveis pela elaboração do presente documento que materializa os Estudos Preliminares da presente contratação e que o mesmo traz os conteúdos previstos na Instrução Normativa SEGES/MP nº 5/2017, conforme diretrizes estabelecidas no Anexo III.

<hr/>	<hr/>	<hr/>
Sandro Freire de Araújo	Camila de Souza Caetano	Samara Aparecida Resende Avelar
Lavras, ____ de _____ de _____.		

ANEXO I
INSTRUMENTO DE MEDIÇÃO DE RESULTADOS - IMR

1. Indicadores:

Serviço de Mailing

Indicador 01:	Plataforma online acessível em tempo integral
Item	Descrição
Finalidade	O serviço de mailing deve ser realizado em uma plataforma online, em plataforma Web, por meio de usuário/senha disponibilizado à instituição.
Meta a cumprir	A plataforma online deve estar disponível em tempo integral, 24h por dia, para que não haja comprometimento no número de inserções de notícias sobre a UFLA em mídias espontâneas.
Instrumento de Medição	Plataforma online disponível 24h por dia
Forma de Acompanhamento	Acesso à plataforma
Periodicidade	Mensal
Mecanismo de Cálculo	Acompanhamento diário da plataforma disponibilizada pela contratada
Início de Vigência	Dia seguinte à assinatura do contrato
Faixas de Ajuste no Pagamento	Ajuste no pagamento de: 0,1% (um décimo por cento) até 0,2% (dois décimos por cento) por dia sobre o valor adjudicado se a plataforma estiver indisponível, impossibilitando a execução do serviço, limitada a incidência a 15 (quinze) dias. Após o décimo quinto dia e a critério da UFLA, no caso de execução com atraso, poderá ocorrer a não-aceitação do objeto, de forma a configurar, nessa hipótese, inexecução total da obrigação assumida, sem prejuízo da rescisão unilateral da avença. 0,1% (um décimo por cento) até 15% (quinze por cento) sobre o valor adjudicado, em caso de inexecução total da obrigação assumida.
Sanções	Ajuste no pagamento ou suspensão do contrato
Observações	

Indicador 02:	Atualização dos contatos dos jornalistas
Item	Descrição
Finalidade	Ter acesso diário aos contatos atualizados dos jornalistas de todas as macrorregiões do Brasil, distribuídos em todos os estados
Meta a cumprir	Atualização dos contatos dos jornalistas no mínimo uma vez ao mês
Instrumento de Medição	A data da última atualização do banco de dados deverá estar visível na página inicial do sistema
Forma de Acompanhamento	Acompanhamento do banco de dados por meio da plataforma da contratada
Periodicidade	Mensal
Mecanismo de Cálculo	Acompanhamento diário da plataforma disponibilizada pela contratada
Início de Vigência	Mês seguinte à assinatura do contrato
Faixas de Ajuste no Pagamento	Ajuste no pagamento de: 0,1% (um décimo por cento) até 0,2% (dois décimos por cento) por mês sobre o valor adjudicado se os dados da plataforma não forem atualizados, limitada a incidência a 15 (quinze) dias. Após o décimo quinto dia e a critério da UFLA, no caso de execução com atraso, poderá ocorrer a não-aceitação do objeto, de forma a configurar, nessa hipótese, inexecução total da obrigação assumida, sem prejuízo da rescisão unilateral da avença. 0,1% (um décimo por cento) até 15% (quinze por cento) sobre o valor adjudicado, em caso de inexecução total da obrigação assumida.

Sanções	Ajuste no pagamento ou suspensão do contrato
Observações	

Indicador 03:	Acompanhamento do envio de release
Item	Descrição
Finalidade	Verificar a leitura dos releases
Meta a cumprir	Tecnologia que garanta a entrega de no mínimo 70% (setenta por cento) do release enviado na caixa de entrada dos contatos, não podendo cair em spam ou lixo eletrônico.
Instrumento de Medição	Relatórios de acompanhamento da entrega e da abertura das mensagens, com as seguintes informações: número de mensagens com abertura e leitura confirmadas e não-confirmadas; data e hora da abertura das mensagens; taxa de retorno das mensagens, com indicação do motivo que impediu a entrega (caixa postal cheia, erro no endereço do destinatário, etc); informações de envio e abertura segmentadas por veículo, editoria, mídia, localização, etc
Forma de Acompanhamento	Acompanhamento da leitura dos releases
Periodicidade	Mensal
Mecanismo de Cálculo	Acompanhamento diário dos releases enviados
Início de Vigência	Dia seguinte à assinatura do contrato
Faixas de Ajuste no Pagamento	Ajuste no pagamento de: 0,1% (um décimo por cento) até 0,2% (dois décimos por cento) a cada relatório que não seja entregue sobre o valor adjudicado, limitada a incidência a 15 (quinze) vezes. Após a 15ª vez e a critério da UFLA, no caso de execução com atraso, poderá ocorrer a não-aceitação do objeto, de forma a configurar, nessa hipótese, inexecução total da obrigação assumida, sem prejuízo da rescisão unilateral da avença. 0,1% (um décimo por cento) até 15% (quinze por cento) sobre o valor adjudicado, em caso de inexecução total da obrigação assumida.
Sanções	Ajuste no pagamento ou suspensão do contrato
Observações	

Serviço de Clipping

Indicador 01:	Plataforma online acessível em tempo integral
Item	Descrição
Finalidade	O serviço de clipping deve estar disponível em uma plataforma online, em plataforma Web, por meio de usuário/senha disponibilizado à instituição.
Meta a cumprir	A plataforma online deve estar disponível em tempo integral, 24h por dia, para que não haja comprometimento no acompanhamento das inserções de notícias sobre a UFLA em mídias espontâneas.
Instrumento de Medição	Plataforma online disponível 24h por dia
Forma de Acompanhamento	Acesso à plataforma
Periodicidade	Mensal
Mecanismo de Cálculo	Acompanhamento diário da plataforma disponibilizada pela contratada
Início de Vigência	Dia seguinte à assinatura do contrato
Faixas de Ajuste no Pagamento	Ajuste no pagamento de: 0,1% (um décimo por cento) até 0,2% (dois décimos por cento) por dia sobre o valor

	<p>adjudicado se a plataforma estiver indisponível, impossibilitando a execução do serviço, limitada a incidência a 15 (quinze) dias. Após o décimo quinto dia e a critério da UFLA, no caso de execução com atraso, poderá ocorrer a não-aceitação do objeto, de forma a configurar, nessa hipótese, inexecução total da obrigação assumida, sem prejuízo da rescisão unilateral da avença.</p> <p>0,1% (um décimo por cento) até 15% (quinze por cento) sobre o valor adjudicado, em caso de inexecução total da obrigação assumida.</p>
Sanções	Ajuste no pagamento ou suspensão do contrato
Observações	

Indicador 02:	Acompanhamento do material clipado
Item	Descrição
Finalidade	Verificar as notícias jornalísticas em diversos tipos de mídia off-line (jornais, revistas, televisão, rádio) e online (blogs, sites de notícias, redes sociais, WebTV) sobre a UFLA
Meta a cumprir	<p>Acompanhamento do relatório diário da quantidade de inserções na mídia, com as devidas especificações como: veículo, assunto, horário, canal/editoria/programa, sinopse, região. O relatório deve ser enviado pela empresa contratada em duas edições, sendo a primeira até às 8h30 e outra complementar até às 17h30 horas.</p> <p>A contratada também deverá entregar mensalmente (no terceiro dia útil do mês seguinte ao analisado), por e-mail, todo o conteúdo clipado durante o mês, seguido de um relatório qualitativo e quantitativo.</p>
Instrumento de Medição	Acompanhamento dos relatórios enviados
Forma de Acompanhamento	Verificar o envio dos relatórios
Periodicidade	Mensal
Mecanismo de Cálculo	Acompanhamento diário do envio dos relatórios pela contratada
Início de Vigência	Mês seguinte à assinatura do contrato
Faixas de Ajuste no Pagamento	<p>Ajuste no pagamento de:</p> <p>0,1% (um décimo por cento) até 0,2% (dois décimos por cento) a cada relatório não enviado sobre o valor adjudicado, limitada a incidência a 15 (quinze) vezes. Após a 15ª vez, e a critério da UFLA, no caso de execução com atraso, poderá ocorrer a não-aceitação do objeto, de forma a configurar, nessa hipótese, inexecução total da obrigação assumida, sem prejuízo da rescisão unilateral da avença.</p> <p>0,1% (um décimo por cento) até 15% (quinze por cento) sobre o valor adjudicado, em caso de inexecução total da obrigação assumida.</p>
Sanções	Ajuste no pagamento ou suspensão do contrato
Observações	