

**À SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO DO DF (SECOM - DF) POR
INTERMÉDIO DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO**

Concorrência: N° 2/2019-SECOM-DF
Processo SEI N.º: 04000-00000184/2019-12.



MONUMENTA COMUNICAÇÃO E ESTRATÉGIAS SOCIAIS, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF sob nº 04.692.238/0001-86, sediada no SRTV/Sul, Quadra 701, Bloco O, Número 110 a 111, Ed. Multiempresarial, Sala 591, Brasília – DF, CEP 70.340-000, neste ato representada por Jussara Regina de Oliveira, publicitária, portadora do RG nº 1853304, inscrita no CPF nº 712.929.181-87, residente e domiciliada na Rua 1 condomínio 7, casa 44 – Residencial Valle Imperial – Vicente Pires, vem, respeitosamente, na forma e prazo estabelecidos no item 19 do Edital de concorrência nº 02/2019-SECOM-DF, interpor

RECURSO ADMINISTRATIVO

em face do resultado do julgamento das propostas técnicas durante a terceira sessão, pelas razões de fato e de direito a seguir expostas.

1. DA TEMPESTIVIDADE

1. O edital de licitação nº 02/2019-SECOM-DF prevê em seu item 19.1 que os recursos referentes à concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou lavratura da ata nos casos de julgamento das propostas.

2. Logo, uma vez que as propostas técnicas foram julgadas e disponibilizadas durante a terceira sessão que ocorreu no dia 28.2.20, inequívoca sua tempestividade, visto que o prazo se expira no dia 6.3.20.



2. DOS FUNDAMENTOS DO RECURSO

2.1 DO JULGAMENTO DO QUESITO 2 CAPACIDADE TÉCNICA – RELAÇÃO DOS PRINCIPAIS CLIENTES – PONTUAÇÃO ATRIBUÍDA À AGÊNCIA MONUMENTA PELO AVALIADOR 1 NO CRITÉRIO “A”

3. Ao observar a pontuação atribuída pela comissão licitante à agência Monumenta pelo avaliador 1, verificou-se que a ela foi atribuída a pontuação “4”, já às empresas Talk Comunicação Interativa (2ª colocada) e Clara Serviços Integrados (3ª colocada) foi atribuída a pontuação “5”.

4. Ao analisar a relação nominal dos clientes apresentados pelas agências Clara Serviços Integrados, Talk Comunicação Interativa e Monumenta, observa-se que as três apresentaram empresas públicas e privadas de médio e grande porte entre os seus clientes. Contudo, a nota atribuída à agência Monumenta pelo avaliador 1 foi em um ponto menor do que a nota atribuída às outras duas agências já citadas, se diferenciando inclusive da pontuação atribuída pelos outros dois avaliadores.

5. A pontuação dada pelo avaliador 1 quanto a esse tema deve ser revista e aumentada para 5, pela fundamentação a seguir.

6. O porte dos clientes apresentados pela agência Monumenta (doc. 01 – Relação de clientes Monumenta) é tão ou mais relevante que o porte dos clientes apresentados pelas agências Clara Serviços Integrados (doc. 02 – Relação de clientes Clara) e Talk Comunicação Interativa (doc. 03 – Relação de clientes Talk). A Monumenta apresentou quatro clientes (Caixa Econômica Federal, Banco do Brasil, Caixa Seguradora e Rede) que estão na lista Melhores & Maiores Empresas do Brasil da revista Exame de setembro de 2019, já os clientes apresentados pela empresa Clara Serviços Integrados são de menor porte, bem como de menor relevância.

7. A tradição em comunicação digital dos clientes apresentados, assim como seu porte, é de extrema relevância e tem se tornado referência em áreas como serviços financeiros e serviços públicos. A exemplo da Caixa Econômica, que se destacou nos últimos anos ao transformar os seus canais digitais, e hoje detém o quinto lugar



entre os aplicativos mais populares na tela de entrada dos celulares dos brasileiros, à frente do YouTube, Netflix e Twitter, segundo pesquisa de 2019 do Mobile Time.

8. Por outro lado, o período de atendimento aos clientes apresentados pela Monumenta demonstra a capacidade da agência em estabelecer relacionamentos de longo prazo, a exemplo da Fenaé (de 2002 até o período da publicação do edital), Caixa Seguradora (de 2002 até o período da publicação do edital) e Caixa Econômica Federal (de 2014 até o período da publicação do edital).

9. Observa-se ainda que a agência Talk Comunicação Interativa apresentou clientes tão ou mais duradouros, a exemplo da Confederação Nacional da Agricultura e Pecuária (de 2009 até 2019), fato que não foi seguido pela agência Clara Serviços Integrados, que apresentou clientes com no máximo três anos de relacionamento.

10. Não obstante a toda essa situação, a empresa Clara Serviços Integrados recebeu pontuação maior que a Monumenta pelo avaliador 1.

11. Isto posto, não há outra alternativa lógica se não o acréscimo de mais um ponto pelo avaliador 1 ao critério de relação dos principais clientes da agência Monumenta, subindo por consequência sua média final, neste critério, para 5.

2.2 DO JULGAMENTO DO QUESITO 2 CAPACIDADE TÉCNICA – RELAÇÃO DOS PRINCIPAIS CLIENTES – PONTUAÇÃO ATRIBUÍDA À AGÊNCIA CLARA SERVIÇOS INTEGRADOS PELO AVALIADOR 1 NO CRITÉRIO “A”

12. Ainda sobre o quesito 2 do edital – Capacidade de atendimento, no item 1.5.2 do edital, em sua alínea “a” é definida que a capacidade de atendimento deverá apresentar:

“a relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, para os quais desenvolveu soluções de comunicação digital, com a especificação do início de atendimento e **do objeto do contrato ou do serviço prestado a cada um deles.**” [Negritei]



13. Como anteriormente mencionado, o avaliador 1, ao avaliar as propostas atribuiu à agência Clara Serviços Integrados a pontuação máxima, assim como a agência Talk Comunicação Interativa.

14. Ocorre que, a agência Clara Serviços Integrados não apresentou, na sua proposta, as especificações dos objetos ou dos serviços prestados aos seus clientes, pelo contrário, quando elencou como cliente a Câmara Legislativa do Distrito Federal, a agência se limitou a definir seu serviço como “ações digitais”, deixando para tanto de especificar qual a relação contratual ou os serviços prestados à Câmara. O mesmo problema se repete em outros clientes apresentados pela Agência Clara, são eles: Magic Color, Cofen, Vila do Pequenino Jesus, Confea e Hospital Sírio Libanês. Já no cliente Terracap, a agência especificou o serviço prestado.

15. Em comparação, as agências Monumenta e Talk Comunicação Interativa descreveram especificadamente o objeto do contrato e os serviços prestados para cada um dos seus clientes, como se pode observar nos *prints* anexos.



[Especificação do objeto do contrato e serviços prestados – agência Monumenta]

Caixa Econômica Federal



Segmento: financeiro, banco público presente em todos os municípios brasileiros.
Cliente desde 2014 até os dias de hoje – contrato de comunicação digital.



Objeto do contrato

A Monumenta tem prestado, desde 2014, serviços especializados de planejamento, desenvolvimento, produção e execução de soluções de comunicação digital, que se caracterizam pela entrega de produtos e serviços nas áreas de: design; apresentação; planejamento estratégico; planejamento tático; métricas e avaliações; geração de conteúdo; criação e produção de peças digitais; criação e produção de vídeo, áudio e fotografia para uso on-line/digital; gestão de redes sociais; monitoramento; desenvolvimento e manutenção de

sites e portais; tecnologia e produção digital; desenvolvimento e produção de aplicativos on-line; e atendimento de demandas de comunicação e tecnologia.

Principais projetos realizados

Reformulação da identidade visual do portal da Caixa, adequando o site aos novos padrões da marca, cores, imagens, botões, fontes, títulos e logo.

Criação de peças e conteúdo para as Redes Sociais institucionais da Caixa, além de acompanhamento e análise das postagens, como também, mensuração de resultados e crescimento da página

Planejamento, criação e desenvolvimento do novo Internet banking da Caixa, como também aplicativos bancários para o público final.

Por fim, a Monumenta elaborou a Plataforma de Inovação da Caixa, que conta com a colaboração de usuários propondo melhorias em nos aplicativos, assim como soluções aceleradas pela dinâmica de startups além do compartilhamento de APIs para o desenvolvimento de novas tecnologias no universo Caixa.



monumenta.com.br
11 5079 0 2018105-599
R. São Tomé, 100
04033-000 São Paulo - SP
CNPJ: 09.389.892

MONUMENTA
COMUNICAÇÃO E ESTRATÉGIAS SOCIAIS

[Especificação do objeto do contrato e serviços prestados – agência Clara]



16. É evidente, portanto, que a agência Clara Serviços Integrados não cumpriu o requisito objetivo do item 1.5.2 do edital.

17. Assim, com o descumprimento das regras de apresentação da proposta técnica descritas no Edital, ante a ausência das especificações do relacionamento da agência com os seus clientes e o objeto do contrato ou do serviço prestado restou comprometido o julgamento da capacidade técnica da licitante, pois impede a avaliação da natureza dos serviços prestados.

18. Utilizando-se a mesma lógica do item 2.1 do presente recurso, como a agência Monumenta demonstrou que a relação dos seus principais clientes é robusta o suficiente tal qual a agência Talk Comunicação Interativa, e é merecedora de ter sua nota atribuída pelo avaliador 1 aumentada para 5, o inverso deve ser feito para a agência Clara Serviços Integrados.



19. Ora, as empresas apontadas pela agência Talk e a agência Monumenta possuem portes nacionais e são empresas conhecidas em todo o território da federação por sua tradição.

20. Por outro lado, a relação dos principais clientes da agência Clara não possui a mesma robustez, tratando-se de empresas de cunho regional e de baixo reconhecimento na federação, o que deveria ser levado em conta para a avaliação de sua clientela.

21. Assim, como esposado, ante a baixa relevância dos principais clientes da agência Clara, deve a nota da mesma ser revista e minorada.

22. Logo, ante o manifesto descumprimento dos ditames do edital, deve a mesma ser desclassificada nesse ponto e zerada sua pontuação.

23. Caso a assim não entenda, que sua pontuação seja severamente reduzida ante a ausência dos requisitos acima elencados.

2.3 DO JULGAMENTO DO QUESITO 3 – RELATOS DE SOLUÇÃO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL – PONTUAÇÃO ATRIBUÍDA À AGÊNCIA CLARA SERVIÇOS INTEGRADOS

2.3.1 DA FALTA DA FORMALIZAÇÃO DO REFERENDO E DA ASSINATURA SEM PODERES

24. O edital prevê no item 1.6.2, IV, que a agência licitante deverá estar formalmente referendada pelo respectivo cliente, de forma a atestar a sua autenticidade.

25. Quanto a formalização do referendo, o item 1.6.2.1 descreve que ela deverá ser feita no próprio relato, no qual constarão, além do referendo, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura em todas as páginas.

26. Ocorre que, a agência Clara não apresentou os referendos obrigatórios nos textos dos dois relatos, ou seja, não incluiu um texto referendado (declaração de veracidade) dos serviços prestados, atendendo somente ao nome empresarial do



cliente, ao nome do signatário, ao seu cargo/função e a sua assinatura em todas as páginas, diferente, por exemplo, do que foi feito pela agência Talk, como pode-se notar no documento (doc. 04 – Referendo Talk):

talk2

foram realizados testes de usabilidade com cidadãos voluntários sobre seis tarefas distintas de uso do novo Portal. A carga de dados, entretanto, teve que ser limitada, por ainda estarem em curso, na ocasião, o desenvolvimento das camadas integradoras, com as bases dos principais sistemas de gestão do Governo Federal. Posteriormente, foram realizados testes específicos de stress e performance destas camadas integradoras, a cargo da própria CGU.

Em sequência à realização de todos esses testes, o novo Portal estava, enfim, pronto para ser lançado. Ao todo, foram três anos, quatro meses e dois dias de muito trabalho e esmero, desde o início da fase de entendimento e levantamento de informações até o seu lançamento, em 28 de junho de 2018.

Resultados obtidos

Quanto mais bem informada, melhores condições a sociedade tem para exercer o controle dos recursos públicos e participar dos processos decisórios governamentais. O novo Portal da Transparência tornou-se o mais abrangente banco de dados disponível a população sobre a aplicação dos recursos públicos do Governo Federal.

Entre novos dados, passou a oferecer num único ambiente consultas como: transferências de recursos; execução orçamentária e financeira; receitas e convênios; informações sobre mais de um milhão de servidores (civis e militares); imóveis funcionais; consultas temáticas (Bolsa Família, diárias, cartão de pagamento, transparência nos estados e municípios); Cadastro de Entidades Privadas Sem Fins Lucrativos Impedidas (Cepim); Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (Ceis). O Portal tem registrado recordes de acessos desde a criação. Somente no ano de 2018 foram mais de 21,3 milhões de visitas. A média mensal de acessos supera 1,8 milhão.

Premiações

O Portal da Transparência se consolidou como referência mundial pela quantidade e qualidade de informações apresentadas em transparência ativa, conquistando importantes prêmios e reconhecimentos nacionais e internacionais. Ao centralizar recursos, sistemas e conteúdo, o brasileiro passou a ter um ótimo lugar para desenvolver o seu papel cidadão. Com informações ainda mais acessíveis ao povo, o poder de fiscalização é ainda maior. A possibilidade de utilizar os dados abertos permite que a informação chegue ao conhecimento do maior número de pessoas possíveis, o que é ótimo para a filosofia de governo aberto.

O potencial da plataforma está limitado apenas por suas barreiras de atribuições legais, o que pode ser mitigado com o estímulo à criação de ferramentas complementares pela própria sociedade, a partir dos dados do Portal.

Portal da Transparência

Com base no inciso IV do item 1.6.2 do Apêndice II do Anexo I - CONCORRÊNCIA Nº 02/2019-SE-COM-DF atesto a veracidade das informações aqui descritas.

Marcelo Ottoni
Especialista de Produtos e Negócios
TALK COMUNICAÇÃO INTERATIVA LTDA

Otávio Moreira de Castro Neves
Diretor de Transparência e Controle Social
CGU - CONTROLADORIA GERAL DA UNIÃO



27. Por outro lado, no mesmo item do edital (1.6.2.1), é definido que além do referendo, deverá ser assinado em todas as páginas contendo o nome do signatário cargo e função.

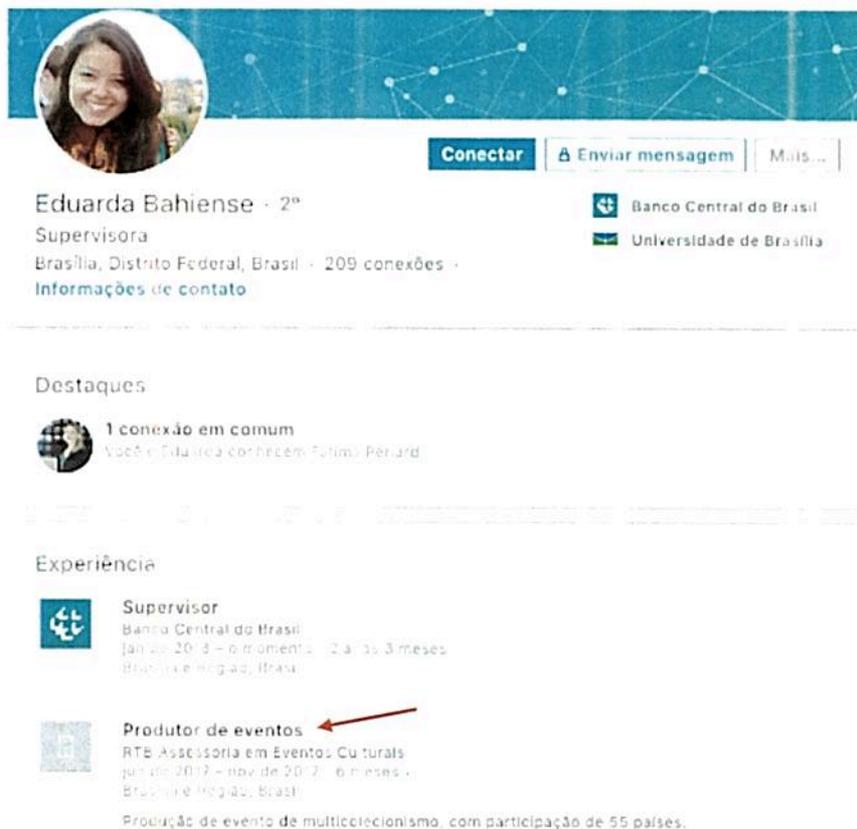
28. A agência Clara no relato da empresa RTB assessoria colheu a assinatura da Sra. Eduarda Bahiense, denominada como diretora executiva.

29. Como os relatórios são declarações de serviços feitos para comprovação da capacidade das agências, e tendo em vista que ele não é levado ao cartório para reconhecimento de firma e veracidade nas informações ali contidas, a comissão licitante acaba acatando o que ali é afirmado.

30. Todavia, em uma breve pesquisa feita no linkedin¹ da Sra. Eduarda, pôde-se verificar que na rede social ela se auto declara como produtora de eventos para a RTB assessoria, contrário do que foi denominado no relato da empresa em que constava como diretora executiva.

¹ <https://www.linkedin.com/in/eduarda-bahiense-17011232/>, acessado em 5.3.20, às 16h50min.





The image shows a LinkedIn profile for Eduarda Bahiense. At the top left is a circular profile picture of a woman with long dark hair. To the right of the picture is a blue banner with a white network diagram. Below the banner are three buttons: 'Conectar', 'Enviar mensagem', and 'Mais...'. The name 'Eduarda Bahiense · 2º' is displayed, followed by the title 'Supervisora' and the location 'Brasília, Distrito Federal, Brasil · 209 conexões'. There are two logos for 'Banco Central do Brasil' and 'Universidade de Brasília'. Below this is a section titled 'Destaques' with a sub-section '1 conexão em comum' and a small profile picture. The 'Experiência' section lists two roles: 'Supervisor' at 'Banco Central do Brasil' (Jan de 2018 - o momento, 2 a 3 meses) and 'Produtor de eventos' at 'RTB Assessoria em Eventos Culturais' (jun de 2017 - nov de 2017, 6 meses). A red arrow points to the 'Produtor de eventos' role. Below the second role, it says 'Produção de evento de multirracionalismo, com participação de 55 países.'

31. É forçoso destacar que o edital de licitação requereu um relato dos trabalhos e parcerias feitas com o objetivo de que as empresas licitantes apresentassem seus parceiros de negócio e que estes validassem seus atos para a licitação pleiteada.

32. Porém, a agência Clara no relato do trabalho feito para a empresa RTB assessoria colheu a assinatura da Sra. Eduarda, que apresenta informações divergentes entre as funções que exerceu, o que pode ser interpretado como apenas uma *freelance* do evento que trabalhou supostamente como produtora.

33. Assim sendo, não fica devidamente esclarecido se a Sra. Eduarda participa ou não dos quadros da empresa RTB ou se apenas trabalhou para um evento na empresa RTB, enfraquecendo assim o relato da RTB assessoria por um todo.

34. Logo, ante o manifesto descumprimento dos ditames do edital, deve a mesma ser desclassificada nesse ponto e zerada sua pontuação.



35. Caso a assim não entenda, que sua pontuação seja severamente reduzida ante a ausência dos requisitos acima elencados.

2.3.2 DA FALTA DA DE INDICAÇÃO SUCINTA DO PROBLEMA E DA FICHA TÉCNICA

36. Ainda sobre o Quesito 3, o item 1.6.3 do edital de licitação, no inciso III, prevê que para cada ação e/ou peça de comunicação digital, deverá ser apresentada uma **ficha técnica** com a **indicação sucinta** do problema que se propôs a resolver.

37. Observa-se que o edital é imperativo ao afirmar que: “para cada ação e/ou peça de comunicação digital, **deverá** ser apresentada uma ficha técnica com a indicação sucinta...”

38. De maneira contrária ao edital, a agência Clara não apresentou no primeiro relato, referente ao cliente RTB, a indicação sucinta do problema que deveria constar junto com a ficha técnica.

39. Já no segundo relato (Campanha Contra o Femicídio – 2019), a agência Clara não apresentou a ficha técnica, bem como não fez a indicação sucinta do problema, não se atendo às obrigações descritas no edital.

40. Ainda, o descumprimento do edital com relação à ficha técnica compromete a confiabilidade das informações ali relatadas, visto que o relato fica desprovido de informações necessárias para a avaliação e validação do que foi posto.

41. Logo, ante o manifesto descumprimento dos ditames do edital, deve a mesma ser desclassificada nesse ponto e zerada sua pontuação.

42. Caso a assim não entenda, que sua pontuação seja severamente reduzida ante a ausência dos requisitos acima elencados.



2.4 DA PROPOSTA INEXEQUÍVEL

43. Consta na proposta da agência Clara Soluções Integradas a ação “Parceria: Waze + SOS DF”, em que é descrita da seguinte forma:

“[...] faremos uma parceria entre a nossa plataforma e o Waze. Os moradores do DF que já usam o Waze vão receber na tela inicial do aplicativo um aviso questionando se permitem que as ações indicadas por eles no Waze sejam enviadas automaticamente para a plataforma do SOS DF. A intenção é que um motorista que esteja parado no trânsito possa comentar, por exemplo, que a execução de uma obra está com problemas, atrapalhando o trânsito, ou que uma via está com muitos buracos, causando acidentes, entre outros. Da mesma forma, as escolas públicas, os postos de saúde, as delegacias, corpo de bombeiros, postos Na Hora, enfim, os serviços mais importantes para a população também serão georeferenciados”.

44. Em outro trecho, a agência explica:

“[...] já no dia de lançamento da plataforma, será lançada simultaneamente a parceria entre o GDF e o Waze, trazendo naturalmente mais popularidade ao programa logo nas primeiras 24 horas de campanha. Ao pensar em sair de casa pela manhã, o cidadão abre o waze para verificar o trânsito e logo de cara, encontra a mais nova ferramenta do GDF: o SOS DF. Ele é assim induzido a conhecer o programa e a enviar demandas direto do próprio Waze, de forma prática e rápida. Dessa forma, ao longo de seu percurso, ele já se torna um observador ativo a serviço do bem-estar de toda a população da cidade”.



45. Mais afrente, complementa:

“[...] vamos apresentar uma parceria com o aplicativo Waze, massivamente usado no Brasil. Estando diretamente na plataforma, os usuários do Waze vão poder marcar as ações que necessitam do apoio do programa, como buracos nas ruas, vias sem iluminação, pintura de faixas, além de unidades de saúde, escolas, e segurança pública, bem como outros espaços e/ou vias que demandam a intervenção do SOS DF. É uma forma de abranger não só o usuário que acessa diretamente a plataforma, mas também o cidadão que, por exemplo, está parado no trânsito e quer e pode contribuir”.

46. Tendo em vista que o critério objetivo de julgamento do subquesto 3 é descrito como: “Solução de Comunicação Digital: compatibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital com os recursos próprios, ambientes, plataformas ou ferramentas e veículos de divulgação on-line a que se destinam”, é de fácil vislumbre que a ação “Parceria: Waze + SOS DF” é manifestamente inexecutável, visto que a agência licitante não apresenta garantias explícitas de que essa parceria será realizada entre a licitante e o Waze, utilizando inclusive o espaço do aplicativo sem considerar custos de veiculação, o que pode comprometer inclusive o orçamento pré-fixado.

47. Os exemplos de parceria entre o Waze e órgãos do executivo, algumas já realizadas no Brasil, mostram que tais ações são realizadas diretamente em parceria entre o aplicativo e os órgãos. Logo, é incompatível com o papel da licitante propor uma ação que demande um esforço posterior de parceria do GDF pressupondo que o projeto será concretizado ou que o Governo terá a organização/subsídios para realizar a parceria.

48. Isso tudo, sem contar que a agência foi avaliada e validada levando em consideração a implementação desta ação, que não caberia a ela concretização, nem a afirmativa de que será realizada.

49. Por todo o exposto, por ser inexecutável a proposta, tanto por parte do Waze, quanto por parte do próprio governo – que estaria unilateralmente realizando o



projeto sem que a agência participasse intrinsecamente para o seu cumprimento, deve a mesma ser desclassificada nesse ponto e zerada sua pontuação.

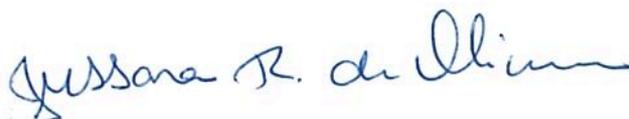
50. Caso a assim não entenda, que sua pontuação seja severamente reduzida ante a ausência dos requisitos acima elencados.

3. DO PEDIDO

51. Ante a todo o exposto, requer que o presente recurso seja conhecido e no mérito dado provimento para que seja reanalisada a pontuação atribuída às empresas Clara Soluções Integradas e Monumenta Comunicação E Estratégias Sociais nos termos da fundamentação acima exarada.

Nesses termos, pede deferimento.

Brasília, 6 de março de 2020.



MONUMENTA COMUNICAÇÃO E ESTRATÉGIAS SOCIAIS
CNPJ/MF nº 04.692.238/0001-86



doc. 01 – Relação de clientes Monumenta

Caixa Econômica Federal



Segmento: financeiro, banco público presente em todos os municípios brasileiros.
Cliente desde 2014 até os dias de hoje – contrato de comunicação digital.



Objeto do contrato

A Monumenta tem prestado, desde 2014, serviços especializados de planejamento, desenvolvimento, produção e execução de soluções de comunicação digital, que se caracterizam pela entrega de produtos e serviços nas áreas de: design; apresentação; planejamento estratégico; planejamento tático; métricas e avaliações; geração de conteúdo; criação e produção de peças digitais; criação e produção de vídeo, áudio e fotografia para uso on-line/digital; gestão de redes sociais; monitoramento; desenvolvimento e manutenção de

sites e portais; tecnologia e produção digital; desenvolvimento e produção de aplicativos on-line; e atendimento de demandas de comunicação e tecnologia.

Principais projetos realizados

Reformulação da identidade visual do portal da Caixa, adequando o site aos novos padrões da marca, cores, imagens, botões, fontes, títulos e logo.

Criação de peças e conteúdo para as Redes Sociais institucionais da Caixa, além de acompanhamento e análise das postagens, como também, mensuração de resultados e crescimento da página.

Planejamento, criação e desenvolvimento do novo Internet Banking da Caixa, como também aplicativos bancários para o público final.

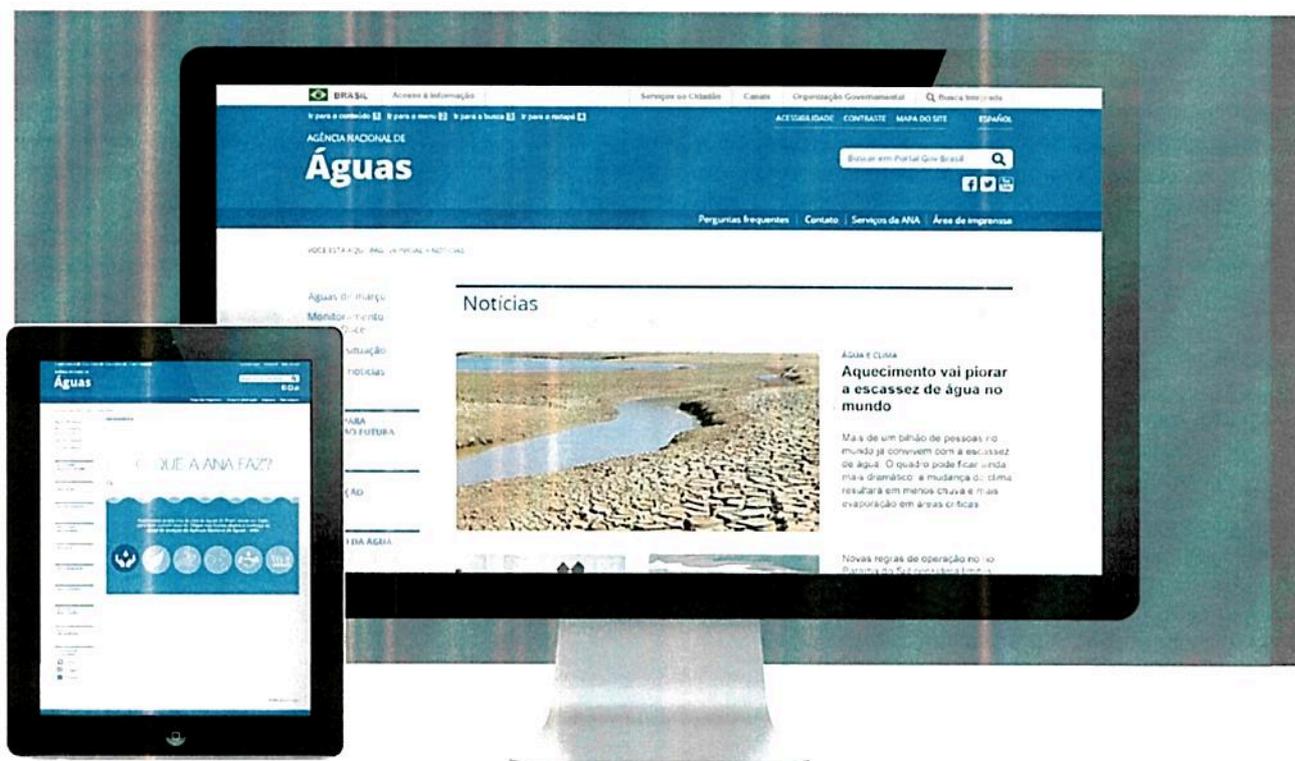
Por fim, a Monumenta elaborou a Plataforma de Inovação da Caixa, que conta com a colaboração de usuários propondo melhorias em nos aplicativos, assim como soluções aceleradas pela dinâmica de startups além do compartilhamento de APIs para o desenvolvimento de novas tecnologias no universo Caixa.



ANA - Agência Nacional de Águas

Segmento: Responsável por disciplinar a implementação, a operacionalização, o controle e a avaliação dos instrumentos de gestão de recursos hídricos.

Cliente desde 2016 até os dias de hoje – Contrato de comunicação digital



Objeto do contrato

A Monumenta tem prestado, desde agosto de 2016, serviços especializados de planejamento, desenvolvimento, produção e execução de soluções de comunicação digital, que se caracterizam pela entrega de produtos e serviços nas áreas de: design; apresentação; planejamento estratégico; planejamento tático; métricas e avaliações; geração de conteúdo; criação e produção de peças digitais; criação e produção de vídeo, áudio e fotografia para uso on-line/digital; gestão de redes sociais; monitoramento; desenvolvimento e manutenção de sites e portais; tecnologia e produção

digital; desenvolvimento e produção de aplicativos on-line; e atendimento de demandas de comunicação e tecnologia.

Principais projetos realizados

Reformulação do portal da Agência Nacional de Águas, seguindo o padrão estabelecido pela Secretaria de Comunicação da Presidência da República (Secom). Planejamento, criação e desenvolvimento de hotspots que disponibiliza materiais multimídias e compartilha qual o papel da ANA com a sociedade.

Nos canais de comunicação da agência estão disponíveis vídeos, em diferentes

formatos, que mostram as principais funções, responsabilidades e estrutura da organização. Também foram criados conteúdos em formatos de infográficos, roteirização, diagramação, manuais orientadores e e-mail marketing, além de produzir e publicar posts para as redes sociais interna e externas da ANA.

Por fim, de forma permanente e com auxílio de ferramentas, a Monumenta monitora e analisa a presença digital da imagem e desempenho da ANA em veículos on-line, nas redes sociais e nos canais próprios da instituição.

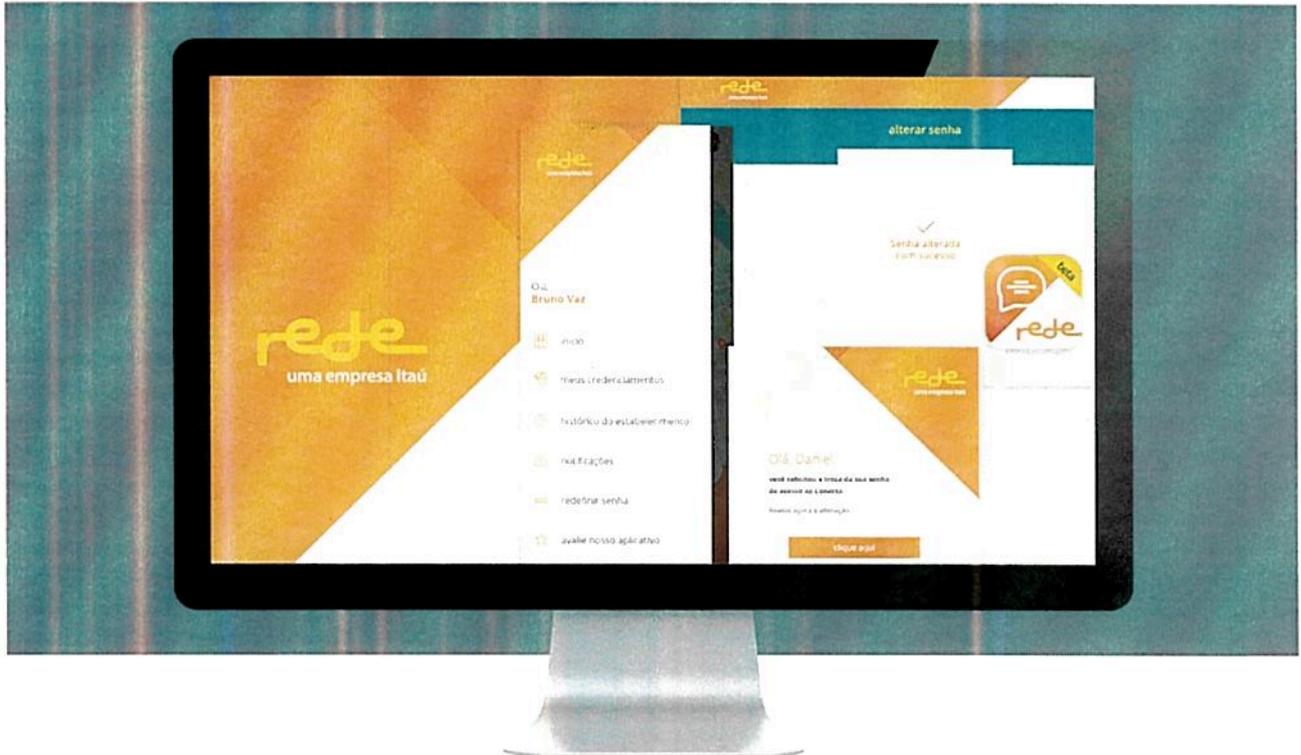


Rede



Segmento: Rede (antiga Redecard). Faz parte do grupo Itaú Unibanco e é uma empresa adquirente, sendo uma das responsáveis pela captura, transmissão e liquidação financeira de transações com cartões de crédito das principais bandeiras.

Cliente desde 2014 até os dias de hoje.



Objeto do contrato

Planejamento, criação, implementação e manutenção do App Conecta.

A Monumenta é a agência do grupo desde fevereiro de 2018, para campanhas publicitárias, ações promocionais, gestão das mídias sociais de todas as casas.

Principais projetos realizados

Aplicativo Conecta para uso dos executivos da Rede e gerentes do Itaú, para, de forma prática, e fácil abrir solicitações referentes a demandas pontuais, como resolução de problemas com a maquininha, alteração de formas de pagamento, cobranças indevidas, entre outras.

doc. 02 – Relação de clientes Clara

RELAÇÃO DOS PRINCIPAIS CLIENTES



CÂMARA LEGISLATIVA DISTITAL DO DISTRITO FEDERAL

Início do atendimento: Janeiro de 2017.
Ações digitais.



MAGIC COLOR

Início do atendimento: Janeiro de 2019.
Ações digitais.



COFEN

Início do atendimento: Fevereiro de 2018.
Ações digitais.



TERRACAP

Início do atendimento: Julho de 2017. Produção de site e implementação do site www.terracapregularizacao.com.br.
Ações digitais.

[Handwritten signatures and initials in blue ink]



VILA DO PEQUENINO JESUS

Cliente desde fevereiro de 2018.
Ações digitais.



CONFEA

Conselho Federal de Engenharia e Agronomia

CONFEA

Início do atendimento: Julho de 2017.
Ações digitais.



**HOSPITAL
SÍRIO-LIBANÊS**

HOSPITAL SÍRIO LIBANÊS

Cliente desde Maio de 2018.
Ações digitais

Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large stylized signature and several smaller initials.

doc. 03 – Relação de clientes Talk

A Comissão Especial de Licitação
Concorrência n.º 02/2019-SECOM-DF

Eu, **GUILHERME DOMINGOS FERLA JUNIOR**, portador da Carteira de Identidade n.º 4.381.619-5 (SSP/PR), inscrito no CPF sob o n.º 706.387.059-91, representante legal da empresa **TALK COMUNICAÇÃO INTERATIVA LTDA.**, inscrita no CNPJ sob o n.º 10.237.638/0001-02, declaro, para os devidos fins e efeitos legais, que dispomos de capacidade de atendimento para execução do objeto desta concorrência.

1. PRINCIPAIS CLIENTES

1.1 Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR)



1.1.1 Comunicação Digital

Serviços de planejamento, desenvolvimento e execução de soluções de comunicação digital.

Data de início do projeto: 06/2017
Período de atendimento: 2 anos

1.2 Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA)



1.2.1 Comunicação Digital

Desenvolvimento de portais, sites, sistemas, produção de peças para redes sociais, monitoramento da marca, cobertura de eventos e produção de conteúdo para redes sociais e portais.

Data de início do projeto: 06/2009
Período de atendimento: 10 anos

1.2.2 Time Agro Brasil

Definição de estratégia, implementação e manutenção do portal Time Agro Brasil, que tinha como objetivo informar a população, de forma simples e clara, a importância e a grandeza do agronegócio para o País, tornando-o motivo de orgulho nacional, assim como o são o futebol e o seu representante máximo: o Rei Pelé (usado como âncora da campanha). Além do portal, também foram realizadas as ações abaixo:

- Desenvolvimento de jogo no qual o usuário controla a produção de uma fazenda.
- Monitoramento da repercussão nas redes sociais.
- Produção de conteúdo e relacionamento nas redes sociais.
- Divulgação com *e-mail marketing*, *banners* em sites parceiros e compra de espaço publicitário.
- Disponibilização de uma rede social exclusiva da campanha, a Rede Time Agro Brasil.
- Criação de aplicativos no Facebook.

Período de atendimento: de 09/2012 a 03/2016.

1.2.3 Canal do Produtor

Definição de estratégia, implementação e manutenção do portal Canal do Produtor, um ambiente, com site e canais nas redes sociais que incentivava a conversa em rede entre produtores rurais de todo o País. O portal divulgava programas e projetos da instituição, além de informativos necessários para o desenvolvimento econômico e social dos produtores.

Data de início do projeto: 11/2012
Período de atendimento: 4 anos

1.2.4 Portal CNA Brasil

Definição de estratégia, implementação e manutenção do portal CNA Brasil, com o objetivo de fortalecer a marca da CNA no meio digital. Foco em serviços e notícias para o produtor rural.

Endereço: <http://www.cnabrasil.org.br/>

Data de início do projeto: 01/2016
Período de atendimento: 3 anos

1.2.5 Projeto Biomas

Definição de estratégia, implementação e manutenção do portal do Projeto Biomas. O projeto tem o objetivo de viabilizar soluções técnico-científicas para a proteção das paisagens rurais nos diferentes biomas brasileiros.

Endereço: <http://projetobiomas.com.br/>
Data de início do projeto: 04/2012
Período de atendimento: 5 anos

1.2.6 AgroInvest Brasil

Definição de estratégia, implementação e manutenção do portal. É um ambiente de apoio ao agronegócio brasileiro na atração de investidores estrangeiros. Foi um instrumento de divulgação da CNA no exterior, evidenciando as potencialidades e atratividades do agronegócio do Brasil. Era voltado para o público estrangeiro, principalmente aos investidores da China.

Data de início do projeto: 03/2013
Período de atendimento: 2 anos

1.3 UNESCO/Controladoria Geral da União (CGU)

CONTROLADORIA-GERAL
DA UNIÃO



1.3.1 Portal da Transparência

Desenvolvimento do novo Portal da Transparência do Governo Federal, com a criação de nova arquitetura de informação, navegação e formas de busca de conteúdo, desenvolvimento de *layout*, visualização de informação e arquivos de interface necessários para implementação do *site*.

Data de início do projeto: 03/2015
Período de atendimento: 3 anos

1.3.2 Mapa Brasil Transparente

O desenho conceitual do Mapa Brasil Transparente, a criação da arquitetura de informação para o *site*, a produção de *layout*, o desenvolvimento de arquivos de interface, entre outras atividades.

Data de início do projeto: 10/2016
Período de atendimento: 2 anos

1.4 Confederação Nacional da Indústria (CNI)



1.4.1 Plataformas de Inovação

Prestação de serviço de disponibilização de três plataformas *online* de inovação colaborativa, de simples aplicação e entendimento, que trabalhem com a ferramenta SaaS (*Software as a Service*) para gestão de inovação aberta, mais especificamente para coleta, avaliação e gestão de ideias referentes ao Edital de Inovação, Grand Prix de Inovação e LINCS, coordenados pelo SENAI DN e SESI-DN. O contrato tem como objetivo a criação, a evolução e a manutenção das plataformas Edital SENAI SESI de Inovação, Grand Prix SESI SENAI de Inovação e Laboratórios Abertos.

Endereços:

<http://plataforma.editaldeinovacao.com.br/>
<http://plataforma.gpinovacao.senai.br/>
<http://lababerto.com.br/>

Data de início do projeto: 01/2016
Período de atendimento: 3 anos

1.4.2 Olimpíada do Conhecimento 2016

Prestação de serviços de produção de conteúdo e intervenção via redes sociais na internet (Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, YouTube), divulgação e promoção da Olimpíada do Conhecimento 2016, bem como oferta de informações sobre as profissões e o mercado de trabalho da indústria para auxiliar os jovens que estão decidindo a vida profissional. Até o momento, houve a produção de mais de 1.000 postagens. Além da produção de conteúdo, também foi realizado o

1.9.1 Monitoramento

Monitoramento (nas redes sociais e em sites) dos termos de interesse da empresa, conforme a necessidade estratégica e o relacionamento com os usuários das redes sociais.

Data de início do projeto: 04/2014

Período de atendimento: 5 anos

1.10 Sebrae/SP



1.10.1 Publicidade

Serviço de comunicação, publicidade e propaganda, incluindo estudo, planejamento, concepção, execução, distribuição e controle de veiculação de programas e campanhas publicitárias institucionais e mercadológicas para os produtos, serviços e eventos internos e externos do Sebrae/SP. Controle de inserções publicitárias (mídias contratadas e mídia digital) nos veículos de divulgação, tais como sites etc.

Data de início do projeto: 08/2011

Período de atendimento: 5 anos

1.10.2 Feira do Empreendedor

Definição de estratégia, implementação e manutenção do portal da Feira do Empreendedor dos anos de 2012, 2014 e 2016. Também foi realizada toda a promoção e a divulgação do portal por meio de veículos de comunicação, banners e sites parceiros.

Endereço: <http://feiradoempreendedor.sebraesp.com.br>

Data de início do projeto: 01/2012

Período de atendimento: 4 anos

1.10.3 Sebrae/SP Responde

Definição de estratégia, implementação e manutenção de plataforma online e de aplicativos em Android e iOS com mais de 400 dúvidas e respostas comuns aos empresários sobre assuntos rela-

cionados à administração de empresas.

Endereço: <http://responde.sebraesp.com.br/>

Data de início do projeto: 07/2015

Período de atendimento: 1 ano

1.10.4 Super MEI

Definição de estratégia, implementação e manutenção de portal e de aplicativos em Android, Windows Phone e iOS, com o objetivo de disponibilizar soluções técnicas e de gestão para aprimorar os negócios dos empresários do Estado de São Paulo.

Endereço: <http://supermei.sebraesp.com.br/>

Data de início do projeto: 09/2015

Período de atendimento: 1 ano

1.11 Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (SENAR)



1.11.1 Comunicação Digital

Desenvolvimento de portais, sites, sistemas, produção de peças para redes sociais, monitoramento da marca, cobertura de eventos, produção de vídeos e produção de conteúdo para redes sociais e portais.

Data de início do projeto: 07/2012

Período de atendimento: 4 anos

1.12 UniSociesc



1.12.1 Captação de alunos

Captação de alunos para os cursos de graduação e pós-graduação da universidade por meio de big data e microtargeting.

Data de início do projeto: 10/2016
Período de atendimento: 18 meses

1.13 ENGIE Comercializadora



1.13.1 Gestão de presença digital

Planejamento, estratégias, gestão de canais e produção de conteúdos para divulgar a marca, criar e manter posicionamento digital, além de aculturar o mercado em relação ao Mercado Livre de Energia.

Data de início do projeto: 10/2017
Período de atendimento: 1 ano e 4 meses

1.14 ENGIE Solar



1.14.1 Presença digital e captação de leads

Planejamento, gestão de canais, produção de conteúdos e estratégias de captação de leads e acompanhamento de funil de conversão com uso de *inbound marketing*.

Data de início do projeto: 12/2017
Período de atendimento: 1 ano e 1 mês

1.15 ENGIE Brasil



1.15.1 Gestão estratégica de marketing digital

Planejamento de unificação das diferentes verticais de negócios seguindo uma estratégia ela-

borada com base em inteligência digital. Continuidade das estratégias do Mercado Livre de Energia e da Solar, com acréscimo de toda a vertical de Soluções ENGIE. Produção de conteúdos, gestão de canais, captação de clientes, apoio direto ao time comercial do cliente.

Data de início do projeto: 02/2019
Período de atendimento: 1 ano

1.16 FIESC



1.16.1 Gestão de redes sociais

Geração de conteúdo, ativação e monitoramento nas redes sociais para a Federação e todas as suas "casas": SENAI, SESI, SESI Farmácia e IEL.

Data de início do projeto: 12/2017
Período de atendimento: 1 ano

doc. 04 – Relatos Talk

foram realizados testes de usabilidade com cidadãos voluntários sobre seis tarefas distintas de uso do novo Portal. A carga de dados, entretanto, teve que ser limitada, por ainda estarem em curso, na ocasião, o desenvolvimento das camadas integradoras, com as bases dos principais sistemas de gestão do Governo Federal. Posteriormente, foram realizados testes específicos de stress e performance dessas camadas integradoras, a cargo da própria CGU.

Em sequência à realização de todos esses testes, o novo Portal estava, enfim, pronto para ser lançado. Ao todo, foram três anos, quatro meses e dois dias de muito trabalho e esmero, desde o início da fase de entendimento e levantamento de informações até o seu lançamento, em 28 de junho de 2018.

Resultados obtidos

Quanto mais bem informada, melhores condições a sociedade tem para exercer o controle dos recursos públicos e participar dos processos decisórios governamentais. O novo Portal da Transparência tornou-se o mais abrangente banco de dados disponível à população sobre a aplicação dos recursos públicos do Governo Federal.

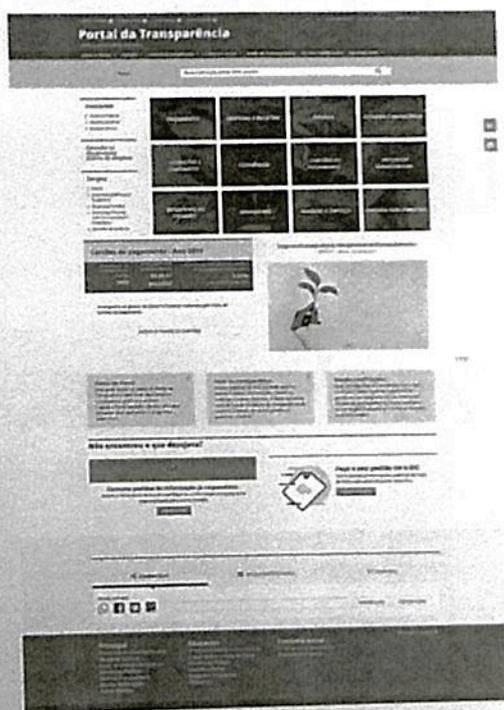
Entre novos dados, passou a oferecer num único ambiente consultas como: transferências de recursos; execução orçamentária e financeira; receitas e convênios; informações sobre mais de um milhão de servidores (civis e militares); imóveis funcionais; consultas temáticas (Bolsa Família, diárias, cartão de pagamento, transparência nos estados e municípios); Cadastro de Entidades Privadas Sem Fins Lucrativos Impedidas (Cepim); Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (Ceis). O Portal tem registrado recordes de acessos desde a criação. Somente no ano de 2018, foram mais de 21,3 milhões de visitas. A média mensal de acessos supera 1,8 milhão.

Premiações

O Portal da Transparência se consolidou como referência mundial pela quantidade e qualidade de informações apresentadas em transparência ativa, conquistando importantes prêmios e conhecimentos nacionais e internacionais. Ao centralizar recursos, sistemas e conteúdo, o

brasileiro passou a ter um ótimo lugar para desenvolver o seu papel cidadão. Com informações ainda mais acessíveis ao povo, o poder de fiscalização é ainda maior. A possibilidade de utilizar os dados abertos permite que a informação chegue ao conhecimento do maior número de pessoas possíveis, o que é ótimo para a filosofia de governo aberto.

O potencial da plataforma está limitado apenas por suas barreiras de atribuições legais, o que pode ser mitigado com o estímulo à criação de ferramentas complementares pela própria sociedade, a partir dos dados do Portal.



Com base no inciso IV do item 1.6.2 do Apêndice II do Anexo I - CONCORRÊNCIA Nº. 02/2019-SE-COM-DF, atesto a veracidade das informações aqui descritas.

Marcelo Ottoni
Especialista de Produtos e Negócios
TALK COMUNICAÇÃO INTERATIVA LTDA.

Otávio Moreira de Castro Neves
Diretor de Transparência e Controle Social
CGU - CONTROLADORIA GERAL DA UNIÃO