

ERRATA DE EDITAL**SELEÇÃO PÚBLICA Nº 052/2026**

A **Fundação de Empreendimentos Científicos e Tecnológicos - FINATEC**, pessoa jurídica de direito privado, sem fins lucrativos, por meio de sua Comissão de Seleção, torna público para conhecimento dos interessados, a **RETIFICAÇÃO do item 6.2 do Termo de Referência, Anexo I**, tendo como objeto a contratação de empresa especializada na prestação dos serviços de comunicação social, institucional e produção de conteúdo, para execução integrada de atividades voltadas ao estudo, planejamento, criação, produção e execução interna de ações comunicacionais destinadas à divulgação das iniciativas desenvolvidas no âmbito do Projeto “*Antes que Aconteça e a promoção de acesso à justiça para mulheres: um estudo sobre as condições de exercício do direito à vida e à integridade*”, conforme especificações contidas no **Edital e seus anexos**.

1 - ONDE SE LÊ:

6.2 O Plano de Comunicação será composto pelos seguintes quesitos de avaliação:

Subquesto	Descrição do que será avaliado	Pontuação Máxima
1. Raciocínio Básico	Avaliação da análise e diagnóstico apresentados, demonstrando compreensão do contexto institucional do Projeto e do desafio de comunicação proposto, incluindo: a) características e papel do Projeto no contexto em que se insere; b) diagnóstico das necessidades de comunicação identificadas; c) entendimento dos objetivos estabelecidos no Briefing.	25 pontos
2. Estratégia de Comunicação Publicitária	Avaliação da consistência e adequação da estratégia proposta para superação do desafio e alcance dos objetivos institucionais, incluindo: a) explicitação e defesa do conceito e do partido temático; b) definição dos pontos centrais da estratégia (o que comunicar, a quem comunicar, como comunicar e por quais canais institucionais).	30 pontos

Subquesto	Descrição do que será avaliado	Pontuação Máxima
3. Ideia Criativa	Avaliação da proposta criativa de campanha institucional, contemplando: a) relação das peças consideradas necessárias, com breve descrição de finalidade e função; b) apresentação de até 05 exemplos ilustrativos de peças em formato de layout, roteiro, storyboard ou peça digital demonstrativa.	25 pontos
4. Estratégia de Canais Institucionais e Meios Digitais	Avaliação das soluções recomendadas para divulgação em canais próprios e institucionais, especialmente meios digitais, redes sociais e plataformas oficiais do Projeto, sem previsão de compra de mídia ou inserções publicitárias pagas.	20 pontos
TOTAL	Pontuação máxima do Plano de Comunicação Publicitária	100 pontos

LEIA-SE:

6.3 O Plano de Comunicação será composto pelos seguintes quesitos de avaliação:

Subquesto	Descrição do que será avaliado	Pontuação Máxima
1. Raciocínio Básico	Avaliação da análise e diagnóstico apresentados, demonstrando compreensão do contexto institucional do Projeto e do desafio de comunicação proposto, incluindo: a) características e papel do Projeto no contexto em que se insere; b) diagnóstico das necessidades de comunicação identificadas; c) entendimento dos objetivos, diretrizes e informações constantes do Termo de Referência e dos demais documentos integrantes do certame	25 pontos
2. Estratégia de Comunicação Institucional	Avaliação da consistência e adequação da estratégia proposta para superação do desafio e alcance dos objetivos institucionais, incluindo:	30 pontos

Subquesto	Descrição do que será avaliado	Pontuação Máxima
	a) explicitação e defesa do conceito e do partido temático; b) definição dos pontos centrais da estratégia (o que comunicar, a quem comunicar, como comunicar e por quais canais institucionais).	
3. Ideia Criativa	Avaliação da proposta criativa de campanha institucional, contemplando: a) relação das peças consideradas necessárias, com breve descrição de finalidade e função; b) apresentação de até 05 exemplos ilustrativos de peças em formato de layout, roteiro, storyboard ou peça digital demonstrativa.	25 pontos
4. Estratégia de Canais Institucionais e Meios Digitais	Avaliação das soluções recomendadas para divulgação em canais próprios e institucionais, especialmente meios digitais, redes sociais e plataformas oficiais do Projeto, sem previsão de compra de mídia ou inserções publicitárias pagas.	20 pontos
TOTAL	Pontuação máxima do Plano de Comunicação Publicitária	100 pontos

2 - ONDE SE LÊ:

Preâmbulo da minuta de contrato:

CONTRATO DE FORNECIMENTO DE VEÍCULOS AUTOMÓRORES Nº ____/2026 QUE ENTRE SI CELEBRAM A FUNDAÇÃO DE EMPREENDIMENTOS CIENTÍFICOS E TECNOLÓGICOS – FINATEC E _____.

LEIA-SE:

Preâmbulo da minuta de contrato:

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS Nº ____/2026 QUE ENTRE SI CELEBRAM A FUNDAÇÃO DE EMPREENDIMENTOS CIENTÍFICOS E TECNOLÓGICOS – FINATEC E _____.

3 - ONDE SE LÊ:

6.12. Após a análise e aceitação da proposta classificada, a empresa proponente será formalmente convocada, por meio da plataforma BLL Compras, para apresentação dos documentos de HABILITAÇÃO, no prazo e condições estabelecidos neste edital.

LEIA-SE:

6.12 Foi suprimido.

4 ONDE SE LÊ:

9.25. Após a análise e aceitação da proposta pela área técnica, a Comissão de Seleção procederá à convocação do proponente por meio da plataforma BLL Compras, para que realize o envio dos documentos de habilitação, nos termos do item 7 deste Edital, no prazo de até 2h.

LEIA-SE:

9.25 Foi suprimido.

Brasília, 26 de junho de 2026.

Comissão de Seleção