



TERMO DE REFERÊNCIA No 144900

Contrato por Produto - Nacional

1. Objeto da contratação

Contratação consultoria, PF, p/ elaboração, desenv. e avaliação de ações para fortalecer a imagem interna da Enap

2. Número da Requisição

UNDP-BRA 1004224

3. Antecedentes

O avanço no processo de democratização do acesso às estruturas de poder do Estado e a celeridade com que se transforma a sociedade brasileira, colocam a Administração Pública Federal diante de gigantescos desafios que, para além da eficiência na gestão da res publica, remetem à transformação da própria imagem e da relação que mantém com os cidadãos. Na perspectiva da capacitação dos servidores e gestores públicos, igualmente multiplicam-se os desafios que impõem o enfrentamento de questões críticas e uma radical mudança de postura no trato da coisa pública. Desse modo, medidas orientadas ao aprimoramento das competências dos servidores públicos, com foco no ganho de eficiência da gestão, e ao uso intensivo da tecnologia adquirem ênfase nas políticas e atos da Administração que, rendendo-se às pressões sociais, se reorganizam para o salto qualitativo que lhe é progressivamente exigido. Logo, gerir pessoas de maneira a garantir resultados positivos sustentáveis tornou-se um grande desafio para qualquer organização. A Fundação Escola Nacional de Administração Pública - ENAP, fundação pública federal vinculada ao Ministério da Gestão e da Inovação em Serviços Públicos - MGI, tem como objetivo estratégico “desenvolver conhecimento e prática para a transformação do Estado”[1]. Para tanto, promove, elabora e executa programas de capacitação de gestão de pessoas para a administração pública federal, assim como desempenha suas atividades para atender às necessidades de outros entes federativos, com vistas ao desenvolvimento e à aplicação de tecnologias de gestão que aumentem a eficácia e a qualidade permanente dos serviços prestados pelo Estado aos cidadãos. Nesse sentido, então, é sabido que o propósito fundamental da administração pública reside em oferecer um serviço de qualidade ao cidadão, cabendo aos servidores públicos a responsabilidade por essa prestação de serviço. Nessa perspectiva, para atender uma sociedade cada vez mais exigente, destaca-se que é de suma relevância que cada órgão público estabeleça estratégias que também trabalhem o relacionamento, a integração e o incentivo aos seus colaboradores, para que eles tenham uma percepção de imagem positiva da organização, assim, mitigando a rotatividade (turnover), aumentando a produtividade e a motivação, dentre outros benefícios. Para esse fim, ao integrar gestão de pessoas, comunicação interna e marketing, o endomarketing (“marketing para dentro”), como um instrumento de gestão, tem se revelado como uma das principais estratégias de ação voltada para a melhoria da percepção de experiência e da imagem institucional que o colaborador tem em relação à empresa ou órgão público, tendo como pilares as ações estratégicas (destinadas às metas e cumprimento de objetivos, diferencial competitivo, oportunidades de negócio), ações motivacionais (melhoria do ambiente de trabalho, qualidade de trabalho, bem-estar, engajamento) e ações de apoio à gestão (colaboradores entenderem sua função dentro do negócio). Ainda nesse contexto, tem-se o employer branding que, levando em consideração não apenas o ponto de vista dos colaboradores atuais mas também o de potenciais novos colaboradores, utiliza técnicas e ferramentas específicas e concentra-se na construção de uma imagem positiva da empresa ou órgão público como empregador(a) no mercado externo, no intuito de reter e atrair os melhores talentos e fortalecer a reputação da empresa ou órgão público como um ótimo lugar para trabalhar. Tal resultado apresenta potencial para gerar impactos nos resultados e no sucesso do negócio.



TERMO DE REFERÊNCIA No 144900

Contrato por Produto - Nacional

Assim, observado que para cumprir sua missão institucional a ENAP poderá executar suas atividades previstas para atender às necessidades de outros entes federativos, bem como celebrar contratos, convênios, acordos ou ajustes com organizações públicas ou privadas, nacionais ou internacionais e, tomando como premissa o objetivo e indicador estratégico de “promover conhecimento e prática em novos paradigmas de gestão pública”[2], recomenda-se a contratação de consultoria especializada em endomarketing e employer branding, para: i) elaborar documentos técnicos e auxiliar na identificação e implementação das melhores estratégias, ferramentas e tecnologias disponíveis no mercado que permitam alcançar os colaboradores de forma mais eficaz; ii) auxiliar na identificação e implementação das melhores estratégias, ferramentas e tecnologias disponíveis no mercado que permitam medir o impacto das ações e promover uma cultura de inovação e colaboração; iii) apoiar o desenvolvimento e a criação de uma marca empregadora sólida e atraente da Escola; e iv) desenvolver subsídios para que o quadro técnico da ENAP amplie o engajamento de servidores, gestores e lideranças do setor público federal ou subnacional com base na marca da Escola, posicionando-a como uma escola de governo que valoriza seus colaboradores, oferece um ambiente de trabalho inspirador e gratificante e que, por meio dessas bases, fortalece as capacidades do Estado e agrega boas práticas à melhoria do serviço público brasileiro.

4. No do resultado PRODOC/PNUD

2 Estratégias de engajamento dos gestores e lideranças subnacionais aos processos de inovação para melhoria dos serviços públicos formuladas e implementadas

5. Objetivos da consultoria

Contratação de um(a) consultor(a) técnico(a), pessoa física, especializado(a) na elaboração, desenvolvimento e avaliação de ações para fortalecer a imagem interna da Fundação Escola Nacional de Administração Pública - ENAP junto ao seu público interno (endomarketing) e no uso de técnicas e ferramentas que gerem percepção positiva do público interno e externo a respeito da Escola como local de trabalho (employer branding) e escola de governo que fortalece as capacidades do Estado.

6. Descrição das atividades

Atividade 1.1: Participar de reuniões de alinhamento e de coleta de insumos junto à equipe ENAP; Atividade 1.2: Analisar documentos que auxiliem na execução do produto; Atividade 1.3: Produzir o planejamento macro de comunicação integrada, endomarketing e employer branding para validação da equipe ENAP; Atividade 1.4: Elaborar versão final do documento técnico, a partir dos feedbacks e validação da equipe ENAP. Atividade 2.1: Participar de reuniões de alinhamento e de coleta de insumos junto à equipe ENAP; Atividade 2.2: Analisar documentos que auxiliem na execução do produto; Atividade 2.3: Entrega da versão final do documento técnico, a partir dos feedbacks e validação da equipe ENAP; Atividade 3.1: Participar de reuniões de alinhamento e de coleta de insumos junto à equipe ENAP; Atividade 3.2: Produzir e testar material de apoio do conteúdo de comunicação integrada, endomarketing e employer branding; Atividade 3.3: Disponibilizar canal instantâneo de tira-dúvidas sobre os conteúdos trabalhados. Atividade 4.1: Participar de reuniões de alinhamento e de coleta de insumos junto à equipe ENAP; Atividade 4.2: Elaborar roteiro das reuniões e materiais de apoio aos multiplicadores contemplando os temas de comunicação integrada, employer branding e marca pessoal; Atividade 4.3: Construção da identidade do Programa (layout e conteúdo); Atividade 4.4: Realizar treinamento exclusivo em cada encontro com os colaboradores da ENAP de forma a prepará-los para atuarem como agentes de disseminação das práticas de employer branding, comunicação integrada e marca pessoal, contribuindo



para a construção de uma imagem positiva da Escola tanto interna quanto externamente. Atividade 4.5: Entrega da versão final do documento técnico, a partir dos feedbacks e validação da equipe ENAP. Atividade 5.1: Participar de reuniões de alinhamento e de coleta de insumos junto à equipe ENAP; Atividade 5.2: Propor cronograma detalhado de campanha para validação junto à equipe ENAP; Atividade 5.3: Elaboração de mensagem central da campanha; Atividade 5.4: Elaboração de conteúdo da campanha; Atividade 5.5: Definição e desenho de estratégias de mídia para a campanha; Atividade 5.6: Gestão do conteúdo, publicações e interações nas mídias sociais; Atividade 5.7: Entrega da versão final do documento técnico, a partir dos feedbacks e validação da equipe ENAP. Atividade 6.1: Participar de reuniões de alinhamento e de coleta de insumos junto à equipe ENAP; Atividade 6.2: Propor cronograma detalhado de campanha para validação junto à equipe ENAP; Atividade 6.3: Elaboração de mensagem central da campanha; Atividade 6.4: Elaboração de conteúdo da campanha; Atividade 6.5: Definição e desenho de estratégias de mídia para a campanha; Atividade 6.6: Gestão do conteúdo, publicações e interações nas mídias sociais; Atividade 6.7: Entrega da versão final do documento técnico, a partir dos feedbacks e validação da equipe ENAP. Atividade 7.1: Participar de reuniões de alinhamento e de coleta de insumos junto à equipe ENAP; Atividade 7.2: Propor cronograma detalhado de campanha para validação junto à equipe ENAP; Atividade 7.3: Elaboração de mensagem central da campanha; Atividade 7.4: Elaboração de conteúdo da campanha; Atividade 7.5: Definição e desenho de estratégias de mídia para a campanha; Atividade 7.6: Gestão do conteúdo, publicações e interações nas mídias sociais; Atividade 7.7: Entrega da versão final do documento técnico, a partir dos feedbacks e validação da equipe ENAP. Atividade 8.1: Participar de reuniões de alinhamento e de coleta de insumos junto à equipe ENAP; Atividade 8.2: Propor cronograma detalhado de campanha para validação junto à equipe ENAP; Atividade 8.3: Elaboração de mensagem central da campanha; Atividade 8.4: Elaboração de conteúdo da campanha; Atividade 8.5: Definição e desenho de estratégias de mídia para a campanha; Atividade 8.6: Gestão do conteúdo, publicações e interações nas mídias sociais; Atividade 8.7: Entrega da versão final do documento técnico, a partir dos feedbacks e validação da equipe ENAP. Atividade 9.1: Participar de reuniões de alinhamento e de coleta de insumos junto à equipe ENAP; Atividade 9.2: Propor cronograma detalhado de campanha para validação junto à equipe ENAP; Atividade 9.3: Elaboração de mensagem central da campanha; Atividade 9.4: Elaboração de conteúdo da campanha; Atividade 9.5: Definição e desenho de estratégias de mídia para a campanha; Atividade 9.6: Gestão do conteúdo, publicações e interações nas mídias sociais; Atividade 9.7: Entrega da versão final do documento técnico, a partir dos feedbacks e validação da equipe ENAP. Atividade 10.1: Participar de reuniões de alinhamento e de coleta de insumos junto à equipe ENAP; Atividade 10.2: Propor cronograma detalhado de campanha para validação junto à equipe ENAP; Atividade 10.3: Elaboração de mensagem central da campanha; Atividade 10.4: Elaboração de conteúdo da campanha; Atividade 10.5: Definição e desenho de estratégias de mídia para a campanha; Atividade 10.6: Gestão do conteúdo, publicações e interações nas mídias sociais; Atividade 10.7: Entrega da versão final do documento técnico, a partir dos feedbacks e validação da equipe ENAP. Atividade 11.1: Participar de reuniões de alinhamento e de coleta de insumos junto à equipe ENAP; Atividade 11.2: Propor cronograma detalhado de campanha para validação junto à equipe ENAP; Atividade 11.3: Elaboração de mensagem central da campanha; Atividade 11.4: Elaboração de conteúdo da campanha; Atividade 11.5: Definição e desenho de estratégias de mídia para a campanha; Atividade 11.6: Gestão do conteúdo, publicações e interações nas mídias sociais; Atividade 11.7: Entrega da versão final do documento técnico, a partir dos feedbacks e validação da equipe ENAP.

7. Produtos esperados



TERMO DE REFERÊNCIA No 144900

Contrato por Produto - Nacional

Produto 1 - Documento técnico contendo o planejamento macro de comunicação integrada, endomarketing e employer branding desenvolvido para a ENAP, incluindo contexto, visão de trabalho, estratégia, canais de difusão, plano de ação de mensagens (newsletters, intranet, murais, e-mails, entre outros), identidade visual, plano de ação de eficiência operacional e cronograma. Produto 2 - Documento técnico contendo o calendário editorial anual integrado de endomarketing e employer branding desenvolvido para a ENAP, contemplando o planejamento estratégico que visa unificar as atividades relacionadas à valorização dos colaboradores internos (endomarketing) e à construção da imagem da empresa como empregadora no mercado externo (employer branding), incluindo proposta de cronograma detalhado, planejamento de eventos internos (workshops, palestras, atividades de integração, festas temáticas, entre outros), lista de contatos dos atores identificados como pontos focais para divulgação, proposta de conteúdo das mídias, conteúdo com diferentes formatos gráficos e legendas ou texto de apoio para os canais de difusão e diálogo definidos. Produto 3 - Documento técnico contendo modelo de mentoria para multiplicadores internos nas temáticas de comunicação integrada, endomarketing, employer branding e mídias sociais, incluindo etapas síncronas e assíncronas aos colaboradores da ENAP. Produto 4 - Documento técnico com o modelo de Programa de Multiplicadores da marca da ENAP. Produto 5 - Documento técnico para implementação de campanhas de ação integrada de endomarketing e employer branding de ações relacionadas à qualidade de vida no trabalho na ENAP. Produto 6 - Documento técnico para implementação de campanhas de ação integrada de endomarketing e employer branding de ações relacionadas à experiência, valorização e reconhecimento do público interno. Produto 7 - Documento técnico para implementação de campanhas de ação integrada de endomarketing e employer branding de ações relacionadas à transformação digital aplicada à área de gestão de pessoas na ENAP. Produto 8 - Documento técnico para implementação de campanhas de ação integrada de endomarketing e employer branding de ações relacionadas ao desenvolvimento da força de trabalho da ENAP. Produto 9 - Documento técnico para implementação de campanhas de ação integrada de endomarketing e employer branding de ações relacionadas à pesquisas organizacionais da ENAP. Produto 10 - Documento técnico para implementação de campanhas de ação integrada de endomarketing e employer branding de ações relacionadas à modernização dos processos de trabalho da ENAP. Produto 11 - Documento técnico para implementação de campanhas de ação integrada de endomarketing e employer branding de ações relacionadas à governança em gestão de pessoas da ENAP.

8. Qualificações profissionais

6.1 OBRIGATÓRIOS (ELIMINATÓRIOS) - Diploma de graduação de nível superior, reconhecido pelo MEC; - Experiência profissional* comprovada de, no mínimo, cinco projetos em atuação direta, assessoramento ou consultoria que abranjam dois ou mais temas abaixo nos últimos cinco anos: a) marketing digital e mídias sociais, b) marketing de conteúdo, c) gestão de imagem e reputação da organização, d) coordenação de campanhas institucionais, ou e) produção de plano estratégico de comunicação; - Experiência profissional* comprovada de, no mínimo, 2 (dois) anos em planejamento tático e desenvolvimento de estratégias de campanha corporativa. - Experiência* comprovada com produção de texto ou relatórios técnicos. 6.2 REQUISITOS DESEJÁVEIS (CLASSIFICATÓRIOS) Formação acadêmica - Diploma de graduação de nível superior, reconhecido pelo MEC, especialmente em: marketing, publicidade e propaganda, jornalismo ou comunicação; - Pós-Graduação lato sensu em temas relacionados ao objeto deste termo de referência; - Pós-Graduação stricto sensu em temas relacionados ao objeto deste termo de referência; Experiência profissional Experiência profissional* comprovada em um ou mais dos seguintes temas: a) ferramentas de softwares de design gráfico, b) plataformas de automação



TERMO DE REFERÊNCIA No 144900

Contrato por Produto - Nacional

de marketing, c) storytelling, d) elaboração e revisão de conteúdos para diversos formatos e mídias sociais, e) employee experience ou f) inovação. * A comprovação de conhecimentos e experiência profissional, especificando, de maneira obrigatória, o número de projetos de cada uma, deverá ser feita quando solicitados pela banca avaliadora.

9. Insumos

N/A

10. Nome do supervisor

Marcela Guimarães Côrtes Shakir

11. Cargo do supervisor

Coordenadora-Geral de Gestão de Pessoas

12. Localidade do trabalho

Brasília - DF

13. Data de início

17/06/2024

14. Data de término

28/01/2025

15. Produtos x Honorários

Descrição	Valor	Percentual	Data Prevista
Produto 1. Documento técnico contendo o planejamento macro de comunicação integrada, endomarketing e employer branding desenvolvido para a ENAP, incluindo contexto, visão de trabalho, estratégia, canais de difusão, plano de ação de mensagens (newsletters, intranet, murais, e-mails, entre outros), identidade visual, plano de ação de eficiência operacional e cronograma.	R\$ 10.000,00	6.02 %	17/07/2024
Produto 2. Documento técnico contendo o calendário editorial anual integrado de endomarketing e employer branding desenvolvido para a ENAP, englobando um planejamento estratégico que visa unificar as atividades relacionadas à valorização dos colaboradores internos (endomarketing) e à construção da imagem da empresa como empregadora no mercado externo (employer branding), incluindo proposta de cronograma	R\$ 3.000,00	1.81 %	06/08/2024



TERMO DE REFERÊNCIA No 144900

Contrato por Produto - Nacional

detalhado, planejamento de eventos internos (workshops, palestras, atividades de integração, festas temáticas, entre outros), mailing dos atores identificados como pontos focais para divulgação, proposta de conteúdo dos e-mails, conteúdo com diferentes formatos gráficos e legendas ou texto de apoio para os canais de difusão e diálogo definidos.			
Produto 3. Documento técnico contendo modelo de mentoria para multiplicadores internos nas temáticas de comunicação integrada, endomarketing, employer branding e mídias sociais, incluindo etapas síncronas e assíncronas aos colaboradores da ENAP.	R\$ 10.000,00	6.02 %	26/08/2024
Produto 4. Documento técnico com o modelo de Programa de Multiplicadores da marca da ENAP.	R\$ 25.000,00	15.06 %	15/09/2024
Produto 5. Documento técnico para implementação de campanhas de ação integrada de endomarketing e employer branding de ações relacionadas à qualidade de vida no trabalho na ENAP	R\$ 16.857,00	10.15 %	26/09/2024
Produto 6. Documento técnico para implementação de campanhas de ação integrada de endomarketing e employer branding de ações relacionadas à experiência, valorização e reconhecimento do público interno	R\$ 16.857,00	10.15 %	15/10/2024
Produto 7. Documento técnico para implementação de campanhas de ação integrada de endomarketing e employer branding de ações relacionadas à transformação digital aplicada à área de gestão de pessoas na ENAP.	R\$ 16.857,00	10.15 %	04/11/2024
Produto 8. Documento técnico para implementação de campanhas de ação integrada de endomarketing e employer branding de ações relacionadas ao desenvolvimento da força de trabalho da ENAP.	R\$ 16.857,00	10.15 %	24/11/2024
Produto 9. Documento técnico para implementação de campanhas de ação integrada de endomarketing e employer branding de ações relacionadas à pesquisas organizacionais da ENAP.	R\$ 16.857,00	10.15 %	14/12/2024
Produto 10. Documento técnico para implementação de campanhas de ação	R\$ 16.857,00	10.15 %	04/01/2025



TERMO DE REFERÊNCIA No 144900

Contrato por Produto - Nacional

integrada de endomarketing e employer branding de ações relacionadas à modernização dos processos de trabalho da ENAP.

Produto 11. Documento técnico para implementação de campanhas de ação integrada de endomarketing e employer branding de ações relacionadas à governança em gestão de pessoas da ENAP.	R\$ 16.858,00	10.16 %	28/01/2025
--	---------------	---------	------------

REMUNERAÇÃO

16. Valor total dos serviços

R\$ 166.000,00

17. Número de parcelas

11

18. Linha orçamentária

71305

19. Observações

N.A.