



Consulta pública ao mercado no modelo Request For Quotation - RFQ para subsidiar estudo de preços para futura contratação de serviços de consultoria para desenvolvimento e implantação de estratégia objetivando melhorar a experiência dos clientes.



1.Objeto	2
2.Descrição do Objeto	2
3. Níveis de Serviço e sancionamentos	6
4. Especificação de Valores e Formas de Pagamento	8
4. Seleção do Fornecedor	9
7. Da Resposta a Consulta Pública	10
8. Da Transparência	11

1.Objeto

1.1. Consulta pública ao mercado no modelo Request For Quotation - RFQ, em vias de obter proposta de comercial para subsidiar estudo de preços para futura contratação de empresa especializada para a prestação de serviços de consultoria para desenvolvimento e implantação de estratégia objetivando melhorar a experiência dos clientes.

2.Descrição do Objeto

2.1. Serviços de consultoria para desenvolvimento e implantação de estratégia objetivando melhorar a experiência dos clientes, utilizando-se da análise de processos e ferramentas, possibilitando a aderência às práticas de mercado de Experiência do Cliente (Customer Experience - CX) e Sucesso do Cliente (Customer Success - CS), conforme tabela abaixo:

Itens	Descrição dos Serviços
1	Gerenciamento do Projeto
2	[Fase 1] - Fase de levantamento das informações para a proposta de estruturação dos processos e métricas de CX e CS
3	[Fase 2] - Apoio nas iniciativas de CX e CS em curso
4	[Fase 3] - Execução de Pilotos, Análise Crítica e Adaptações

2.1.1. A Contratada deve executar os serviços observando as fases do projeto, a saber:

2.1.1.1.[Fase 1] - Fase de levantamento das informações para a proposta de estruturação dos processos e métricas de CX e CS;

2.1.1.2.[Fase 2] - Apoio nas iniciativas de CX e CS em curso;

2.1.1.3.[Fase 3] - Execução de Pilotos, Análise Crítica e Adaptações.

2.1.2. A Contratada deve apoiar as atividades e competências relacionadas ao Gerenciamento do Projeto.

2.1.3. Gerenciamento do Projeto

2.1.3.1. Planejamento e Gestão do projeto que conduzirá o desenvolvimento e implantação de toda estratégia de Customer Experience e Success no Serpro.

2.1.3.2. Elaborar matriz de responsabilidades (RACI) para viabilizar o projeto por parte da contratada e contratante.

2.1.3.3. Realizar e executar plano de comunicação e divulgação, incluindo a alta liderança, de forma periódica, do andamento do projeto alinhado às políticas e processos internos do Serpro

referente à divulgação de iniciativas e projetos desta natureza em conjunto com a área responsável designada para a condução deste projeto por parte do Serpro.

2.1.3.4. Plano de qualidade do projeto (antes e depois em relação ao gerenciamento e entregáveis do projeto).

2.1.3.5. Avaliar o nível de maturidade da empresa em relação a Centralidade no cliente.

2.1.3.6. Definir o objetivo em relação à maturidade ao final do projeto.

2.1.3.7. Entregáveis

2.1.3.7.1. Reunião de Kick-off;

2.1.3.7.2. Plano do Projeto;

2.1.3.7.3. Eventos de Acompanhamento;

2.1.3.7.4. Evento de Encerramento;

2.1.3.7.5. Avaliação do Nível de Maturidade em CX e CS.

2.1.4. [Fase 1] - Fase de levantamento das informações para a proposta de estruturação dos processos e métricas de CX e CS.

2.1.4.1. Avaliar todas as métricas, indicadores e qualificação dos dados existentes associados ao relacionamento com os clientes em todas as etapas de sua jornada, desde a prospecção até o encerramento do contrato, com indicação do melhor formato de gestão desses dados referência: (empresa de serviços, tecnologia e de governo);

2.1.4.2. Avaliação do banco de soluções e conhecimento para proposição de melhorias para a curadoria do conteúdo;

2.1.4.3. Indicar melhores práticas de CX e CS considerando sistemas já existentes ou em fases de implantação (CRM) no Serpro;

2.1.4.4. Identificar quais integrações entre ferramentas são necessárias para promover melhores experiências, cumprimento do Plano de Sucesso dos Clientes e gestão das jornadas;

2.1.4.5. Avaliar e propor soluções para tratamento dos "gargalos" no atendimento nas diferentes fases da jornada do cliente;

2.1.4.6. Propor, com base no portfólio atual de clientes, diversidade e características/segmentação, métodos e procedimentos que permitam aplicar a estratégia de CX considerando o perfil das personas mapeadas;

2.1.4.7. Propor, com base no portfólio atual de clientes, estratégias para ações de up-sell, cross-sell e criação de novas ofertas para aumento da performance empresarial;

2.1.4.8. Realizar o diagnóstico da situação atual (AS IS) referente ao uso de todos os canais de contato (touch points) e comunicação disponíveis aos clientes;

2.1.4.9. Avaliar todos os pontos de contato do cliente, reclamações e sugestões a fim de definir e gerir plano de melhorias e inovação promovendo a felicidade do cliente;

2.1.4.10. Realizar o diagnóstico da situação atual (AS IS) dos processos, indicadores e procedimentos ou práticas do Serpro que permeiam o relacionamento com os clientes;

2.1.4.11. Análise e proposição de alterações nos fluxos e processos a serem implementados na plataforma de CRM do Serpro;

2.1.4.12. Avaliar o atendimento em primeiro nível externo e propor recomendações com base nas melhores práticas em CX (referência: empresa de serviços, tecnologia e de governo);

2.1.4.13. Avaliar e propor Plano de Ações para melhorar a experiência do colaborador alinhado aos objetivos de promover a experiência do cliente.

2.1.4.14. Entregáveis

2.1.4.14.1. Diagnóstico e Recomendações;

2.1.4.14.2. Relatório das atividades da Área da Felicidade do Cliente, com recomendações.

2.1.5. [Fase 2] - Apoio nas iniciativas de CX e CS em curso

2.1.5.1. Treinamento comportamental de todos os times que fazem atendimento ao cliente, do Serpro, com base nas melhores práticas de EX, CX e CS, desenvolvendo habilidades como empatia e escrita encantadora;

2.1.5.2. Avaliar a efetividade do treinamento com atividades e estímulo para absorção do conteúdo;

2.1.5.3. Revisão e proposição da escrita em mensagens encaminhadas aos clientes através dos canais de comunicação permitindo adotar uma estratégia voltada ao engajamento do cliente no processo de comunicação alinhada ao perfil dos clientes e identidade do Serpro;

2.1.5.4. Realizar eventos de sensibilização em forma de palestras ou workshops, envolvendo o corpo funcional e gerencial quanto à importância do CX/CS para o Serpro;

2.1.5.5. Sistematizar programa de embaixadores de CX e treiná-los quanto às técnicas de mapeamento da jornada e análise dos resultados.

2.1.5.6. Entregáveis

2.1.5.6.1. Treinamento do Time Atendimento;

2.1.5.6.2. Revisão das Mensagens Padronizadas aos clientes;

2.1.5.6.3. Workshops em CX e CS, com patrocínio da alta liderança.

2.1.6. [Fase 3] - Execução de Pilotos, Análise Crítica e Adaptações

2.1.6.1. Criar novos indicadores e adequar as métricas tornando-as aderentes às boas práticas de mercado;

2.1.6.2. Criar processo de avaliação crítica de desempenho (ACD) de todos os indicadores, novos e existentes, e executar um piloto deste ACD;

2.1.6.3. Definir e garantir implementação por meio do Guia da Jornada o "Plano de Sucesso do Cliente" por segmento de negócio;

2.1.6.4. Desenho do novo processo de negócio (TO BE), dentro do que pode ser aplicável ao Serpro, incluindo o processo de atendimento a clientes, alinhado às melhores práticas do Customer Experience e Customer Success;

2.1.6.5. Gerir projeto piloto para melhoria da experiência do cliente em sua jornada e recomendações de melhoria no processo de negócio do Serpro;

2.1.6.6. Definir e gerir plano de ações para o encantamento de clientes com base nos resultados do Piloto de mapeamento da Jornada;

2.1.6.7. Piloto de mapeamento e análise de todas as etapas das jornadas dos clientes (seleção do critério de agrupamento pela Consultoria) com plano de ação para encantamento dos clientes e plano de extensão para os demais clientes/produtos;

2.1.6.8. Piloto de gamificação com insumos (conteúdo/trilha) propostos pela Consultoria - ação de engajamento.

2.1.6.9. Entregáveis

2.1.6.9.1. Relatório Final & Recomendações e Ajustes;

2.1.6.9.2. Piloto 1ª rodada de Análise Crítica de Desempenho dos Indicadores;

2.1.6.9.3. Especificação e implementação dos Indicadores;

2.1.6.9.4. Piloto do Plano de Sucesso do Cliente;

2.1.6.9.5. Piloto de Mapeamento da Jornada.

2.2. Da Emissão das Ordens de Serviços (OS)

2.2.1. Os acionamentos para a prestação dos serviços relacionados ao gerenciamento do projeto e as fases do projeto serão feitas por Ordem de Serviço – OS, a ser entregue à CONTRATADA.

2.2.1.1. A Ordem de Serviço – OS, a ser elaborada pelo SERPRO, deverá detalhar a demanda, o período de execução, a estimativa de dias e a previsão de conclusão da demanda.

2.2.1.2. A CONTRATADA terá o prazo de até 10 (dez) dias corridos, contados a partir da data de sua convocação, para assinatura da Ordem de Serviço – OS.

2.2.1.3. A CONTRATADA não poderá iniciar qualquer tipo de atividade sem o recebimento da Ordem de Serviço – OS, devidamente assinada e entregue pelo Gestor do Contrato.

2.2.1.4. A CONTRATADA não poderá executar os serviços acima da quantidade demandada na Ordem de Serviço – OS.

2.2.2. O SERPRO, para efeito de pagamento, contabilizará somente os serviços constantes na Ordem de Serviço – OS, devidamente entregue e homologada.

2.2.3. Caso seja necessário reforço na quantidade demandada inicialmente, deverá ser emitida nova Ordem de Serviço – OS, observados os procedimentos desta Cláusula.

2.2.4. Os serviços serão utilizados sob demanda, não havendo obrigatoriedade de realização do total ou de parte do estimado.

2.2.5. A CONTRATADA é responsável pela prestação dos Serviços caracterizados na Ordem de Serviço – OS, devendo utilizar o pessoal técnico qualificado nos quantitativos adequados para

garantir a plena qualidade dos produtos entregues, ficando sob sua definição qualquer composição de recursos, otimização de rotinas ou procedimentos.

2.2.6. Não serão incluídos na Ordem de Serviço (OS), nem computados para efeito de remuneração, esforço da CONTRATADA para compreensão da demanda, entendimento dos requisitos, elaboração da ordem de serviço e acompanhamento gerencial de chamados.

2.2.7. A CONTRATADA deverá apresentar Relatório de Atividades dos serviços prestados após o encerramento dos mesmos, apresentando de forma detalhada todas as atividades executadas.

2.2.8. O serviço será considerado concluído após a emissão do Relatório de Conclusão da Ordem de Serviço – OS pelo SERPRO.

2.3. Da execução dos Serviços

2.3.1. O Serpro antes do início da execução dos serviços, poderá solicitar a comprovação que os recursos alocados possuem as seguintes competências:

2.3.1.1. Formação em estatística, Ciência de Dados e atendimento ao cliente;

2.3.1.2. Certificações CX, CS e EX e Experiência comprovada;

2.3.1.3. Conhecimento em Service Design;

2.3.1.4. Gestor de Projetos;

2.3.1.5. Conhecimento em gestão de Processos;

2.3.1.6. Formação em Marketing de Relacionamento;

2.3.1.7. Conhecimento de ferramenta de relacionamento: CRM, Plataforma omnichannel e integrações necessárias;

2.3.1.8. Formação em gestão de pessoas ou curso correlato.

2.4. Do início da prestação de serviços

2.4.1. Os serviços poderão ser demandados a partir da data de início da vigência do contrato.

2.5. Os Serviços serão prestados na seguinte localidade:

2.5.1. SERPRO SEDE

Endereço: SGAN Quadra 601 Módulo "V" - Brasília/DF

CEP: 70.836-900

CNPJ: 33.683.111/0001-07

Inscrição Estadual: Isento

Inscrição Municipal: 07334743/001-03

3. Níveis de Serviço e sancionamentos

3.1. Os níveis de serviços serão aferidos pela medição da entrega dos serviços constantes nas Ordens de Serviço dentro dos prazos previstos, mediante a aplicação do seguinte indicador:

IAE – Indicador de Atraso de Entrega de Ordem de Serviço (OS)		
Tópico	Descrição	
Finalidade	Prazo de execução da atividade de acordo com o cronograma discriminado na Ordem de Serviço.	
Meta a cumprir	IAE \leq 0	A meta definida visa garantir a entrega dos serviços constantes nas Ordens de Serviço dentro dos prazos previstos para execução dos serviços.
Instrumento de medição	Relatório de execução do Ordem de Serviço (OS)	
Forma de acompanhamento	A avaliação será baseada no cronograma registrado na Ordem de Serviço (OS). Será subtraída a data de entrega dos Serviços da Ordem de Serviço (OS) pela data de início da execução da OS.	
Periodicidade	Para cada Ordem de Serviço encerrada e com Termo de Recebimento Definitivo.	
Mecanismo de Cálculo (métrica)	$IAE = \frac{TEX - TEST}{TEST}$ <p>Onde:</p> <p>IAE – Indicador de Atraso de Entrega da OS;</p> <p>TEX – Tempo de Execução – corresponde ao período de execução da OS, da sua data de início até a data de entrega dos produtos da OS. A data de início será aquela constante na OS; caso não esteja explícita, será o primeiro dia útil após a emissão da OS.</p> <p>A data de entrega da OS deverá ser aquela definida no relatório de execução da OS. Para os casos em que for rejeitado a entrega, o prazo de execução da OS continua a correr, findando-se apenas quanto a Contratada entrega os produtos da OS e haja aceitação por parte do Serpro.</p> <p>TEST – Tempo Estimado para a execução da OS.</p>	
Observações	Serão utilizados dias úteis na medição.	
Início de Vigência	A partir da emissão da OS.	

Faixas de ajuste no pagamento e Sanções	Para valores do indicador IAE: De 0 a 0,10 – Pagamento integral da OS; De 0,11 a 0,20 – Glosa de 1,0% (um por cento) sobre o valor da OS; De 0,21 a 0,30 – Glosa de 3,00% (três por cento) sobre o valor da OS; De 0,31 a 0,50 – Glosa de 5,00% (cinco por cento) sobre o valor da OS; De 0,51 a 1,00 – Glosa de 7,00% (sete por cento) sobre o valor da OS; Acima de 1 – Será aplicada Glosa de 10% (dez por cento) sobre o valor da OS e multa de 5% (cinco por cento) sobre o valor do Contrato.
---	---

3.1.2. A CONTRATADA executará os serviços demandados e detalhará os procedimentos realizados no Relatório de execução das Ordens de Serviços (OS).

4. Especificação de Valores e Formas de Pagamento

4.1. O valor total estimado dos serviços de consultoria para desenvolvimento e implantação de estratégia objetivando melhorar a experiência dos clientes é de R\$ 0,00 (x reais), conforme tabela abaixo:

Itens	Descrição das Fases	Valor Unitário dos Serviços (R\$)
1	Gerenciamento do Projeto	
2	[Fase 1] - Fase de levantamento das informações para a proposta de estruturação dos processos e métricas de CX e CS	
3	[Fase 2] - Apoio nas iniciativas de CX e CS em curso	
4	[Fase 3] - Execução de Pilotos, Análise Crítica e Adaptações	
Valor Total dos Serviços		

4.2. Forma e Condições de Pagamento

4.2.1. O pagamento da Ordem de Serviço (OS) será efetuado em parcela única no 1º (primeiro) dia útil após o 30º (trigésimo) dia corrido da data do recebimento definitivo dos serviços indicados nos respectivos documentos fiscais entregues no Protocolo Geral do SERPRO ou através do endereço eletrônico a ser informado pelo Gestor do Contrato.

4.2.2. O prazo para Recebimento Definitivo por parte do SERPRO é de 10 (dez) dias corridos a partir da data do recebimento dos documentos fiscais, condicionado à entrega do Relatório de Atividades pela Contratada e à emissão do Relatório de Conclusão da OS pelo SERPRO.

4. Seleção do Fornecedor

6.1. A contratação será na modalidade de Pregão na forma eletrônica, conforme Artigo 32, inciso IV, da Lei 13.303/2016, c/c Lei nº. 10.520/2002.

6.1.1. Será considerada vencedora do processo licitatório a LICITANTE que apresentar o menor valor global.

6.1.2. Da proposta Comercial

6.1.2.1. As LICITANTES devem apresentar proposta comercial com o detalhamento unitário e total dos serviços.

6.1.2.1.1. As LICITANTES devem apresentar juntamente com a proposta comercial, planilha de composição de custos e formação de preços, conforme anexo A, para fins de demonstração da compatibilidade com a remuneração média de mercado.

6.1.3. Da Habilitação Técnica

6.1.3.1. As LICITANTES devem fornecer atestado(s) de Capacidade Técnica, fornecido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado, comprovando a aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível em características, quantidades e prazos com o objeto da licitação.

6.1.3.2. A LICITANTE que apresentar a proposta de menor valor, deve demonstrar e evidenciar que possui as seguintes competências:

6.1.3.2.1. Estatística, Ciência de Dados e atendimento ao cliente;

6.1.3.2.2. Experiência do Cliente (Customer Experience - CX);

6.1.3.2.3. Sucesso do Cliente (Customer Success - CS);

6.1.3.2.4. Experiência do colaborador (Employee Experience - EX);

6.1.3.2.5. Service Design;

6.1.3.2.6. Gestão de Projetos;

6.1.3.2.7. Gestão de Processos;

6.1.3.2.8. Marketing de Relacionamento;

6.1.3.2.9. Ferramentas de relacionamentos: CRM e Plataforma omnichannel;

6.1.3.2.10. Gestão de pessoas.

6.2. Da Diligência de Integridade de Fornecedor e Parceiro (DIF)

6.2.1. A CONTRATADA, após o processo de licitação, será solicitada a preencher a DIF, em consonância com a Norma TR-010, disponível no link:

<https://www.transparencia.serpro.gov.br/aceso-a-informacao/licitacoes-e-contratos/documentos/norma-tr-010-avaliacao-de-integridade-de-fornecedores-e-parceiros-de-negocio.pdf>

7. Da Resposta a Consulta Pública

7.1. As empresas interessadas devem responder à Consulta Pública, por meio dos endereços eletrônicos:

7.1.1. denys.carneiro@serpro.gov.br; e

7.1.2. charles.magalhaes@serpro.gov.br.

7.2. As empresas interessadas devem responder à consulta pública com as seguintes informações:

7.2.1. Proposta comercial

7.2.1.1. A proposta comercial deve conter no mínimo:

7.2.1.1.1. descrição do objeto, valor unitário e total dos serviços;

7.2.1.1.2. Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ;

7.2.1.1.3. endereços físico e eletrônico e telefone de contato;

7.2.1.1.4. data de emissão; e

7.2.1.1.5. nome completo e identificação do responsável.

7.2.1.2. A proposta deve considerar todas e quaisquer despesas com recursos humanos, bem como os demais encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais, materiais, inclusive de consumo, taxas, inclusive de administração, emolumentos, prêmios de seguro, despesas e obrigações financeiras de qualquer natureza e outras despesas diretas ou indiretas, enfim, todos os componentes de custo dos serviços, inclusive lucro, necessários ao perfeito cumprimento do serviço.

7.2.1.3. Ressaltamos que a proposta deve especificar o prazo de validade de, no mínimo, 60 dias.

7.2.1.4. Os resultados obtidos na presente consulta serão utilizados apenas como estudo de preços de mercado. Caso não seja possível ou não haja interesse dessa empresa em participar desta consulta pública, solicitamos a gentileza de responder à consulta com a negativa.

7.2.2. Planilha de Composição de Custos e Formação de Preços

7.2.2.1. A planilha de composição de custos e formação de preços dos itens, editável, a ser preenchida, está disponível no endereço: <https://serprodrive.serpro.gov.br/s/MPnbDijBD7fPJc3>

7.2.2.2. A planilha foi elaborada observando a [Portaria SGD/MGI nº 750, de 20 de março de 2023](#).

8. Da Transparência

8.1. Todos os documentos e informações relacionados ao processo de contratação do Serpro e desta consulta pública estão disponíveis no site: <https://www.transparencia.serpro.gov.br/acesso-a-informacao/licitacoes-e-contratos>

8.2. Para este processo foi observado a política de integridade de acordo com art. 32, inc.

V, da Lei nº 13.303/2016, Programa Corporativo de Integridade do SERPRO - PCINT

(TR - 138/2022) e a Cartilha de Integridade do Processo de Aquisições e Contratações.

8.2.1. Para conhecimento das regras de conduta no relacionamento entre fornecedores e

empregados do SERPRO, acesse a Cartilha de Integridade do Processo de Aquisições e

Contratações, disponível no link: [https://www.transparencia.serpro.gov.br/acesso-a-](https://www.transparencia.serpro.gov.br/acesso-a-informacao/licitacoes-e-contratos/docume)

[informacao/licitacoes-e-contratos/docume](https://www.transparencia.serpro.gov.br/acesso-a-informacao/licitacoes-e-contratos/documntos/Cartilha_paq_verso_final_diagramada.pdf)

[ntos/Cartilha_paq_verso_final_diagramada.pdf](https://www.transparencia.serpro.gov.br/acesso-a-informacao/licitacoes-e-contratos/documntos/Cartilha_paq_verso_final_diagramada.pdf)

8.3. Ressaltamos que o Serpro não concede ou autoriza nenhum tipo de registro de oportunidade em seus processos de contratação.