

IDEC - Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor

Termo de Referência para Desenvolvimento e Migração do website do IDEC

Ricardo Cecato Mavignio

21 de dezembro de 2016

IDEC – Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor¹, entidade privada sem fins lucrativos, inscrito no CNPJ sob nº 58.120.387/0001-08, estabelecido na cidade de São Paulo, nesta Capital, na Rua Dr. Desembargador Guimarães, 21, Água Branca, CEP 05002-050, São Paulo/SP, torna público, para o conhecimento dos/as interessados/as, que realizará a Cotação Prévia de Preço e Competência Técnica, no âmbito do Convênio MJ/SENACON/FDD Nº 818189/2015, objetivando a contratação de agência de desenvolvimento de plataforma web do projeto “Estruturação de uma ferramenta web de educação, informação e orientação ao consumidor para contribuir para a redução da assimetria de informação nas relações de consumo”.

¹ Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor



Sumário

<i>1</i>	<i>Justificativa</i>	<i>3</i>
<i>2</i>	<i>Contexto</i>	<i>4</i>
<i>2.1</i>	<i>Fluxos de Trabalho</i>	<i>4</i>
<i>3</i>	<i>Objetivos do Site</i>	<i>6</i>
<i>4</i>	<i>Público do Site</i>	<i>7</i>
<i>5</i>	<i>Informações do site atual</i>	<i>8</i>
<i>5.1</i>	<i>Problemas de projeto</i>	<i>8</i>
<i>5.2</i>	<i>Problemas atuais</i>	<i>9</i>
<i>6</i>	<i>Funcionalidades, Requerimentos e Serviços</i>	<i>10</i>
<i>6.1</i>	<i>Serviços requeridos</i>	<i>10</i>
<i>6.2</i>	<i>Requisitos técnicos</i>	<i>12</i>
<i>6.3</i>	<i>Funcionalidades</i>	<i>14</i>
<i>6.4</i>	<i>Integrações</i>	<i>16</i>
<i>7</i>	<i>Requerimentos da proposta</i>	<i>18</i>
<i>8</i>	<i>Cronograma para entrega de propostas, forma de apresentação e processo de comunicação</i>	<i>20</i>
<i>9</i>	<i>Orçamento</i>	<i>21</i>
<i>A</i>	<i>Organizações nacionais e internacionais de atuação semelhante ao IDEC</i>	<i>22</i>

1 Justificativa

A presente contratação visa cumprir a meta I do referido convênio, conforme consta no Termo de Referência que acompanham o termo de convênio nº 818189/2015, celebrado com a Secretaria Nacional do Consumidor.

A Meta I do projeto refere-se a criação de um ambiente virtual, dinâmico, acessível inclusive em dispositivos móveis, que disponibilize informações e ferramentas úteis ao consumidor visando reduzir a assimetria de informação, que é uma das principais causas dos milhares de problemas nas relações de consumo registrados em todo o país. O consumidor poderá obter informações que o auxiliem no processo de decisão de compra de um produto ou na contratação de um serviço e que deem subsídios para que ele tenha uma postura mais crítica em relação às opções colocadas no mercado, levando em consideração aspectos relacionados à saúde, ao meio ambiente e ao seu equilíbrio financeiro.

O projeto proposto no âmbito do Fundo Federal de Direitos Difusos pelo IDEC, entidade civil sem fins lucrativos, dá ênfase à prevenção do conflito, facilitando o acesso à informação sobre o direito do consumidor aplicado no seu dia-a-dia, com informações e atividades de educação para o consumo que possam ser obtidas por meio da internet, tanto em computadores, quanto em dispositivos móveis. O IDEC, desde a sua fundação em 1987, e de forma alinhada à sua missão, tem um papel importante na formação do consumidor-cidadão, com ações voltadas à educação para o consumo e ao desenvolvimento da cidadania ativa. Diante dos desafios cada vez maiores da nossa sociedade de consumo, consideramos fundamental aprimorar e ampliar a comunicação dirigida ao consumidor, dinamizando-a e adotando estratégias e recursos diferenciados que possibilitem atingir os diferentes públicos e que auxiliem o consumidor antes, durante e após o estabelecimento da relação de consumo.

2 Contexto

O site do IDEC possui um grande conteúdo informativo que trata de diversos temas de interesse do consumidor, tanto para a sua vida cotidiana quanto informações sobre as discussões técnicas e políticas que podem afetar os direitos do consumidor. Também através dele são realizadas campanhas tanto informativas, quanto de engajamento em temas e discussões atuais relacionadas ao direito do consumidor².

Hoje diversos fluxos de trabalho do IDEC são impactados pela absoluta falta de flexibilidade do site atual tanto em termos de layout e visual, quanto na sua incapacidade de promover a sustentabilidade da organização.

Modificações no site não são possíveis, pois não há suporte do fornecedor que construiu a ferramenta. A ferramenta para administração do site é de construção totalmente proprietária, i.e., não utiliza nenhum dos CMS de mercado (Wordpress, Joomla, Drupal, etc.) e não possui documentação.

Isso tem inviabilizado a evolução do site atual que foi construído em 2009 e de lá para cá teve pouca ou nenhuma atualização tecnológica.

2.1 Fluxos de Trabalho

Publicação de conteúdo A publicação de conteúdo no site do IDEC é dividida em linhas editoriais (Em foco, Dicas e Direitos, Artigos, Publicações, Casos Reais ...) e também classificadas em temas (Alimentos, Financeiro, Saúde, ...), que são distribuídas na página principal. Cada tema é responsabilidade de um especialista na área de Testes e Pesquisas. A publicação de campanhas é responsabilidade da área de Marketing, com orientação de Testes e Pesquisas.

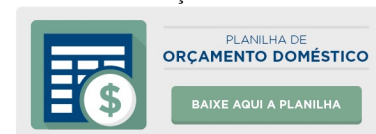
Cadastramento O cadastramento através do site, ocorre na sua maior parte através da solicitação em campanhas, ou para download de conteúdo específico³. O cadastramento é capturado através de um formulário no site e o conteúdo é incluído automaticamente nos Leads do Salesforce⁴.

Associação No processo de associação através do site, primeiro é solicitado o e-mail do usuário, depois ele deve escolher um valor de contribuição e preencher um cadastro. A única forma de contribuição através do site é por débito automático em conta. Ao enviar o formulário um acesso temporário ao site é criado e é criada no ERP da organização (MyYork) uma proposta. A partir dessas “propostas” no ERP, é extraído um arquivo que será enviado aos bancos para realizar o débito automático em conta. Esse processo de extração e envio aos bancos é manual e depois será realizado mensalmente

² Um exemplo de campanha recente é a Não Me Desconecte, relacionada ao corte de acesso a Internet após ser atingido o limite da franquia de dados no celular.



³ Um exemplo de conteúdo disponibilizado com requisição de cadastramento é a Planilha de Orçamento Doméstico



⁴ Ferramenta de CRM utilizada pelo IDEC

para as parcelas subsequentes.

Caso o usuário queira pagar a associação de forma diferente ele deverá telefonar para o IDEC.

As associações ocorrem apenas para pessoas físicas.

Solicitação de Revista Na solicitação de revista só é informado o telefone do IDEC e o usuário deverá ligar para realizar a assinatura. Todo o processo ocorre de forma manual. A solicitação de revista pode ser feita tanto para pessoas físicas quanto jurídicas.

Fale conosco Um dos serviços oferecidos através da associação ao IDEC é um help-desk para resolução/consulta às dúvidas e/ou problemas de consumidores. O serviço pode ser consumido de duas formas: ligando diretamente para o IDEC ou preenchendo um formulário no site. Esse serviço só é prestado as pessoas que se associaram.

Pelo site o usuário é questionado primeiro se ele é ou não um associado e depois preenche um formulário indicando a dúvida ou problema. O envio do formulário gera um e-mail que é enviado para uma conta da área de Relacionamento do IDEC. Ao receber o e-mail a área de relacionamento responderá de acordo.

Campanhas Nas campanhas usuário é chamado a participar na decisão de algum assunto relacionado a direitos do consumidor através do preenchimento de um formulário. Esse formulário será posteriormente transformado em um e-mail que será enviado ao órgão ou comissão que trata do assunto.

O envio de e-mail é realizado pela ferramenta de mass mailing (1to-All) hospedada internamente no IDEC.

Com a implementação do novo site esperamos melhorar esses processos tornando-os mais automatizados e transparentes para o usuário.

3 Objetivos do Site

1. Ser referência nacional de informação para consumidores.

Hoje, embora seja conhecida pela mídia, o IDEC é pouco conhecido pelo consumidor nacional, tendo a sua maior concentração de associados em São Paulo. Outro problema é ser confundida com um órgão do governo, havendo consumidores que acham erroneamente que o IDEC faz parte do Procon.

Embora o número de visitas ao site esteja em torno de 500.000/mês, a taxa de rejeição é elevada (83,5%). ⁵

A quantidade e qualidade do conteúdo disponível hoje no site é grande mas não é encontrada facilmente, a não ser que o usuário esteja fazendo uma busca intencional no Google (80,63% das seções tem origem em buscas orgânicas no Google (ver tabela ao lado). ⁶ Acreditamos que uma reformulação do site possa reduzir significativamente essa taxa de rejeição.

2. Ser referência para profissionais relacionados ao tema consumidor.

Diversos profissionais voltados para o tema consumidor já utilizam o IDEC como referência na área. Esses profissionais (jornalistas, advogados, agentes do governo, etc.) além de subsidiar discussões e processos, também atuam como multiplicadores dos temas abordados pelo IDEC.

Dessa forma é importante que o site comporte uma área específica para os mesmos.

3. Promover engajamento.

O IDEC tem por função defender os direitos do consumidor, mas para isso precisa que eles participem ativamente das campanhas de modo a atrair a atenção dos reguladores e da mídia.

Hoje o site não permite flexibilidade alguma na formatação do conteúdo dessas páginas de campanha, sendo limitado ao texto e formulário, levando a organização a criar vários hot-sites de administração independente do site atual.

4. Garantir a sustentabilidade do benefício social

O IDEC depende das associações e doações para realizar o seu trabalho junto a comunidade, e a principal porta de entrada de novas associações é o site que hoje torna o processo complexo para quem quer se associar.

Acreditamos que uma reformulação do site possa facilitar o processo de associação e engajamento de modo que seja permitida a sustentabilidade do benefício social proporcionado pelo IDEC.



Fonte: Google Analytics

Origem	Sessões	%
google	324068	84,94%
(direct)	33266	8,72%
googlequicksearchbox	6771	1,77%
m.facebook.com	3910	1,02%
bing	2121	0,56%
facebook.com	1593	0,42%
exame.abril.com.br	1256	0,33%
yahoo	1183	0,31%
outlook.live.com	712	0,19%
googleweblight.com	649	0,17%

Fonte: Google Analytics

Período: 03/09 a 03/10/16

4 Público do Site

Consumidores brasileiros de 18 anos em diante com concentração na faixa de 25 a 34 anos. Como pode ser visto no gráfico abaixo.

Embora haja uma prevalência do sexo feminino nos acessos, a dife-

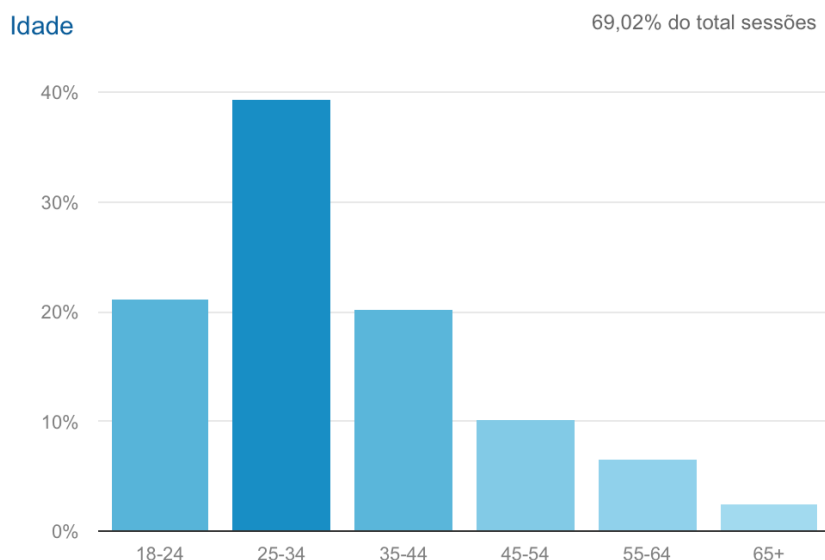


Figura 1:

Faixa etária do público do IDEC

Fonte: Google Analytics
Período: 03/09 a 03/10/16

rença é pequena e podemos dizer que o gênero é distribuído igualmente.

O IDEC também tem um público profissional que pode ser dividido em:

- Jornalistas e outros profissionais de mídia.
- Advogados.
- Funcionários de agências do governo.
- Profissionais pertencentes a institutos e fundações não governamentais.

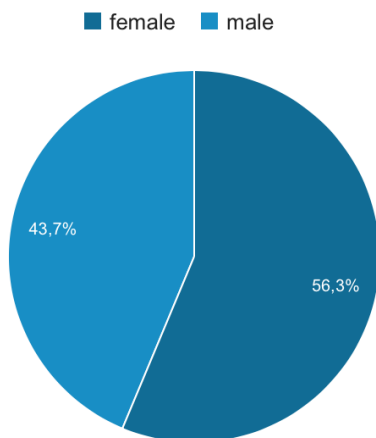
Esse público profissional é importante e deve ser considerado como um canal para que o IDEC obtenha mais exposição na mídia ampliando as chances de estabelecer e fortalecer parcerias. Como consequência se solidifica a capacidade de influência em temas que beneficiam os direitos do consumidor.

Sexo

71,20% do total sessões

Figura 2:

Gênero do público do IDEC

Fonte: Google Analytics
Período: 03/09 a 03/10/16

5 Informações do site atual

Atualmente, o portal atende parcialmente a função social do IDEC, restringindo consideravelmente a publicação de conteúdo do interesse do consumidor. Estas limitações podem impactar de forma relevante qualquer iniciativa e/ou evento que aumente o volume de acessos ao site.

Resumimos aqui os problemas que percebemos através do levantamento realizado. Separamos em “problemas de projeto” e “problemas atuais”. O projeto foi desenvolvido por um fornecedor e posteriormente teve o encerramento suportado por outro fornecedor, que assumiu parcialmente a manutenção do produto.

5.1 Problemas de projeto

- Alto nível de customização: Embora existam no mercado várias ferramentas disponíveis que podem formar a base de um portal (Joomla, Drupal, Wordpress, etc.), o projeto optou por desenvolver toda a base do portal. Isso aumentou o tempo e o custo do projeto, dificultando manutenções posteriores e criou uma dependência com o desenvolvedor da solução.
- Ausência de documentação: O desenvolvedor contratado não manteve um controle da documentação. A equipe de desenvolvimento foi trocada várias vezes durante o projeto e provavelmente nessas

trocas não foram mantidas as informações necessárias para gerar uma documentação final.

- Ausência de ambientes separados para desenvolvimento, teste e produção: Todo projeto de desenvolvimento deve prover ambientes separados no mínimo para desenvolvimento (onde o produto vai ser desenvolvido), teste (onde os usuários vão testar e homologar a solução) e produção (onde a solução será executada no dia a dia após o término do projeto). Sem essa separação se perde o controle do código desenvolvido e do que está sendo realizado no projeto nas suas diversas fases.
- Ausência de metodologia de desenvolvimento de software: Os pontos anteriores indicam uma total ausência de metodologia de desenvolvimento.

5.2 Problemas atuais

- Suporte parcial: A Cocar assumiu apenas parcialmente a manutenção do portal, principalmente devido a falta de documentação. Realiza backups, monitora o ambiente e realiza pequenas manutenções, mas não assume os riscos de alterações no desenvolvimento do site.
- Impossibilidade de mover o site para outro provedor: Nem a empresa desenvolvedora (Focus) ou a que atualmente mantém o ambiente (Cocar) foram capazes de mover o software para outro ambiente e fazer com que ele continue funcionando. Esse é um indicador claro da perda de controle técnico do produto entregue.
- Site de difícil manutenção: O IDEC têm a necessidade de fazer alterações em layouts e disponibilização de novos tipos de conteúdo, tais como vídeos e infográficos, mas o software atual não permite essas alterações e/ou requer contornos para que o conteúdo seja disponibilizado.
- O site não está preparado para suportar o acesso através de plataformas móveis (celulares e tablets).
- Falta de flexibilidade para alteração de layouts e aspectos visuais do site.

- * *ANATEL*: Telecomunicações
- * *ANVISA*: Medicamentos, alimentos, produtos e serviços de saúde.

Essa ferramenta deverá ser re-desenvolvida agregando uma função de calendário. Cada consulta pública corresponde a um artigo publicado contendo um texto e informações estruturadas sobre o processo.

- *Revista do IDEC*: Hoje é disponibilizada no site uma versão digital da revista publicada pelo IDEC. Essa ferramenta deverá ser reformulada.
- *Enquete*: O site atual possui uma ferramenta que permite o IDEC realizar pesquisas de opinião. Essa ferramenta deverá ser reformulada.
- *Petição*: Nas campanhas o IDEC disponibiliza para o consumidor uma ferramenta que possibilita a assinatura de petições. Essa ferramenta deverá ser reformulada.
- Treinamento dos funcionários do IDEC na ferramenta de administração do site.
- Agregar ao site ferramentas para monitorar os acessos e comportamento do usuário de forma a melhor manter informada a área de marketing da organização: Google Analytics, Google Tag Manager, Facebook Pixel.
- Migrar todo o conteúdo e/ou aquele que for selecionado pelo IDEC do site atual para o novo site.
- Migrar todos os usuários cadastrados do site atual para o novo site. Deverá ser estabelecido um processo que minimize o impacto para os usuários e para a organização.
- Implementar ferramenta que possibilite a organização obter contribuições por meio de associações, assinatura de revista.
- Cursos online (não é uma plataforma EAD): Acesso a um tipo de conteúdo que conterà vídeos e outras mídias produzidos pelo IDEC para educação do consumidor.
- Implementar um processo de categorização múltipla de conteúdo de modo que o mesmo possa depois ser apresentado em listas (visões) que apresentem apenas conteúdos com uma categorização específica. Essas listas poderão ser introduzidas tanto na página principal, quanto em outras páginas do site.

- Implementar um processo de busca de conteúdo na plataforma que permita ao consumidor encontrar o que procura: por conteúdo, categorização do conteúdo, relacionamento com outro conteúdo, data de publicação, idade do conteúdo, conteúdos mais lidos, mais comentados e por tema.
- Implementar uma solução a ser utilizada na página principal que permita a apresentação sumarizada (foto e título) de pelo menos 3 conteúdos em destaque.
- Implementar uma solução que poderá ser apresentada em cada conteúdo publicado indicando outros conteúdos no site, relacionados aquele que o usuário está vendo.
- Implementar processo de cancelamento de associação ou outro vínculo com o IDEC através do site (hoje é apenas por telefonema).
- “Hosting” do site desenvolvido e seus ambientes de desenvolvimento, teste e produção por 1 (um) ano.
- SEO (Search Engine Optimization) durante o projeto (“on page”) e acompanhamento e orientação por 3 meses após encerramento do projeto.
- Documentação dos serviços realizados e um manual do usuário que sirva de orientação para o administrador e publicadores nas tarefas do dia a dia.

6.2 Requisitos técnicos

- *Plataforma:* É requerido que o novo site seja desenvolvido utilizando como base uma das plataformas de CMS presentes no mercado, a saber: Drupal, Joomla ou Wordpress.
- *Responsive Design:* O novo site deverá ser “amigável” a dispositivos móveis, alterando automaticamente a forma de visualização dependendo do dispositivo utilizado pelo usuário.
- *Manter URLs atuais:* O site atual já possui uma grande quantidade de conteúdo com um bom pagerank no Google e que também é referenciado por outros sites. Esse conteúdo deve ter sua url mantida para evitar uma queda no pagerank do Google. O processo de migração de conteúdo do site atual para o novo deverá minimizar esse impacto.
- *CRM:* A plataforma de CRM utilizada pelo IDEC é o Salesforce e haverá necessidade de integração com ela pois é lá que está todo o cadastro de interessados e associados do IDEC. Entendemos que

não é uma plataforma com grande penetração de mercado no Brasil e caso o fornecedor não disponha do conhecimento técnico necessário deverá subcontratar esse tipo de serviço.

- *Contribuições:* Plataforma a ser utilizada pelo site para o recebimento de contribuições e doações será a Vindi ¹¹. Haverá necessidade de integração com essa plataforma. Ver seção 6.4 na página 16.
- *ERP:* O ERP da organização será o Netsuite¹². Haverá necessidade de integração com essa plataforma.
- *Segmentação de conteúdo:* O IDEC publica conteúdos tanto para o público geral, quanto conteúdos de natureza mais técnica. Esse conteúdo de natureza mais técnica voltado para um público específico tende a confundir o restante. Dessa forma queremos restringir a visualização de conteúdos dependendo do grupo ao qual no qual for classificado o usuário no processo de cadastramento/associação. A restrição de acesso deve poder ser feita em um conjunto de publicações, um conteúdo específico, a parte dos resultados de uma ferramenta como o *IDEC Orienta* ou a matérias/edições específicas da Revista Digital.

No caso do usuário não ser cadastrado o conteúdo poderá ser mostrado parcialmente e ao mesmo tempo solicitar que o usuário se cadastre para que o site possa fazer o processo de segmentação.

- *Cadastro de usuários:* O auto-cadastramento deverá ser reformulado e os campos de cadastro deverão ser estendidos para acomodar novas funcionalidades. O processo de cadastramento deverá:
 - Solicitar confirmação por envio de e-mail ao usuário para garantir que o e-mail informado é correto.
 - Permitir que o usuário possa trocar a própria senha.
 - Permitir que o usuário possa usar a autenticação do Google e/ou Facebook.
 - Permitir que o usuário possa alterar os seus dados de contato.
 - Permitir que o processo de auto-cadastramento seja chamado a partir dos processos de compra.
 - Permitir que através dele possamos fazer a segmentação de conteúdo de acordo com as informações providas pelo usuário. E também que a organização possa direcionar conteúdo de acordo com o interesse do usuário.

Deverá ser provida uma área de usuário para que ele possa realizar essas atividades e também estabelecer um processo de comunicação com a organização.

¹¹ link externo:Vindi - Introdução a API de recorrência

¹² hrefNetsuite<http://www.netsuite.com/portal/home.sh>

- *Internacionalização*: Embora o site do IDEC seja voltado para consumidores brasileiros, a organização também tem parcerias com organizações internacionais. Dessa forma a página institucional deve permitir o mesmo conteúdo em 3 idiomas: Português, Inglês e Espanhol.

6.3 Funcionalidades

Dividimos as funcionalidades entre Administração, aquelas cujo único objetivo é facilitar a administração do site, e Conteúdo, que são facilidades oferecidas aos publicadores em geral. Entendemos que algumas dessas facilidades podem sofrer alteração no processo de levantamento previsto na subseção 6.1 da página ??, e também que algumas podem ser providas diretamente pela plataforma (nesse caso favor indicar).

- *Administração*:
 - O administrador deverá poder alterar o layout e aspecto visual de cada tema e/ou programa.
 - O administrador deverá poder criar novos temas e/ou programas.
 - Os administradores e publicadores deverão poder listar conteúdos publicados por idade (da publicação), tema, assunto e/ou qualquer outra forma de categorização que for adotada. De modo a facilitar a manutenção do conteúdo já publicado.
 - O administrador poderá desabilitar conteúdos desabilitando completamente o acesso ao mesmo.
 - O administrador poderá criar subsites mantendo as mesmas facilidades do site principal.
- *Conteúdo*
 - O publicador poderá destacar conteúdo (“featured articles”) quando necessário.
 - O publicador poderá fazer uso de vários tipos de conteúdo:
 - * Em foco: publicações relativas a atividades do IDEC.
 - * Artigos: publicações do IDEC contendo opiniões dos seus especialistas nos diversos temas.
 - * Multimídia e publicações: PDFs de publicações impressas e vídeos produzidos pelo IDEC.
 - * Notícias do Consumidor: Matérias do interesse do consumidor publicadas em veículos de todo o país.
 - * Testes e Pesquisas: Artigos apresentando resultado de testes e pesquisas realizados pelo IDEC. Cada um desses conteúdos poderá ter layouts diferenciados.

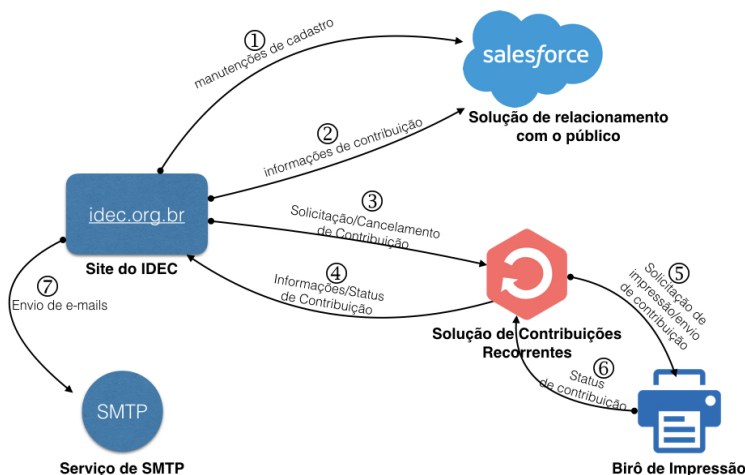
- O publicador poderá visualizar o conteúdo antes de publicar.
- Dependendo do tipo de conteúdo e ou publicador, deverá ser possível ter um fluxo de aprovação para que o conteúdo seja publicado.
- O publicador poderá inserir infográficos e galerias de imagem nos conteúdos.

6.4 Integrações

O IDEC faz uso de vários sistemas para realização dos seus processos e será necessário integrar o novo site com essas plataformas. Dessa forma a proposta deverá contemplar essas integrações. Além das integrações, também deverá ter em um só local (console) as informações de cada transação realizada nesses processos de integração. O objetivo dessa “console de integração” é permitir que erros possam ser detectados e sanados.

Na figura a seguir vemos um resumo das integrações necessárias que deverão ser realizadas pelo proponente. Abaixo temos um detalha-

Figura 3:
Resumo das Integrações



mento de cada uma das integrações propostas na figura.

1. *Manutenções de Cadastro*: Todas as alterações no cadastro dos usuários do site devem ser refletidas no Salesforce em dois objetos do mesmo: Leads (usuários que demonstraram interesse pelo IDEC) e Contatos (usuários que se associaram ao IDEC).
2. *Informações de Pagamento*: Todas as informações de contribuição devem ser refletidas nos objetos do Salesforce: Oportunidades e Pagamentos. “Oportunidades” são os planos escolhidos e “Pagamentos” são as parcelas desses planos com os seus valores e respectivos status.
3. *Solicitação/Cancelamento de Contribuição/Doação*: Todas as doações, contribuições (assinatura de revista e associação) serão feitas através da solução de contribuições recorrentes escolhida pelo IDEC.

O site será apenas o “front-end” para esses processos e deverá ser integrado a solução.

4. *Informações/Status de Contribuições:* A efetivação de contribuições deverá permitir a segmentação de conteúdo para o usuário. Poderá haver a liberação para acesso a um conteúdo específico (planilhas para download, vídeos, etc.). Dessa forma uma integração de retorno será necessária para efetuar reclassificar o usuário e/ou coloca-lo em diferentes grupos.
5. *Solicitação de impressão/envio da contribuição:* Quando a efetivação do plano e/ou doação se der através de boleto bancário impresso, será necessário fazer a integração da solução de contribuição com um birô de impressão e envio.
6. *Status da Contribuição:* Da mesma forma o birô deverá retornar para a solução de contribuição um status do processo para cada boleto.
7. *Envio de e-mails:* A ferramenta de petições envia e-mails em favor do usuário e hoje funciona através de uma solução interna do IDEC. Essa solução interna deverá ser substituída pela solução de envio por SMTP externa ao IDEC.
8. *Contribuições realizadas:* As informações sobre contribuições efetivadas deverão ser passadas diariamente para o ERP Netsuite¹³, para registro contábil.

¹³ Netsuite documentation

<http://www.netsuite.com/portal/developers/resources/documentation.shtml>

Ainda quanto as integrações:

- Todas as plataformas citadas suportam integrações através de *API RESTFULL*, exceto a Netsuite que usa uma api baseada em SOAP/WSDL.
- O proponente pode sugerir formas diferentes de realizar as integrações desde que isso não crie impactos financeiros ou de tempo ao projeto.
- A figura acima é apenas uma visão macro para demonstrar os processos de integração necessários. O proponente pode sugerir a implementação de um “middleware” para concentrar as integrações e sua administração desde que não crie impactos financeiros e de tempo para o projeto. Soluções “in the cloud” poderão ser adotadas desde que o IDEC aprove, pois elas podem gerar um custo mensal incompatível com a disponibilidade financeira da organização.

7 Requerimentos da proposta

Nessa seção indicamos as informações que esperamos encontrar nas propostas e irão nos permitir a análise de cada uma, assim como os requisitos legais necessários.

- A empresa contratada deverá comprovar a regularidade junto aos órgãos públicos sendo elas: Fazendas federal, estadual e municipal; FGTS; INSS.
- Demonstrar proficiência no desenvolvimento de sites web em uma das três plataformas escolhidas para o novo site (Drupal, Joomla ou Wordpress): indicar clientes e sites desenvolvidos pelo proponente na plataforma.
- Lista de clientes (com link para os sites) onde o proponente já realizou os mesmos serviços (indicar qual serviço foi realizado para o cliente).
- Listar quem fará parte do time do projeto, assim como a sua atuação (ex.: gerente de projeto, desenvolvedor, designer etc.)
- Anexar CVs (currículos) do time de projeto.
- Cronograma macro das atividades (é esperado que o projeto dure 4 meses excluindo o período de suporte, e as propostas também serão julgadas de acordo com o tempo de projeto apresentado).
- Valores discriminados para os serviços indicados na seção 6 (Funcionalidades, Requerimentos e Serviços) página 10 dessa proposta, incluindo:
 - Garantia de 3 meses após a entrega do produto (especificar que serviços estão inclusos na garantia).
 - Valor do serviço de um suporte mensal valido por 1 (um) ano após a entrega do produto.
 - Lista de preços de serviços não incluídos no suporte do produto, válidos por 1 (um) ano após a entrega.
- Plano de desembolsos para o projeto (não poderão haver desembolsos após junho/2017).
- Discriminar como os serviços serão entregues. Entendemos que alguns dos requisitos podem ser atendidos diretamente pela plataforma que será utilizada para desenvolvimento (Drupal, Joomla ou Wordpress). Dessa forma deverá ser discriminado se o requisito é atendido diretamente pela plataforma, se será necessária a implementação e/ou compra de alguma extensão e/ou serviço (nesse

caso deve ser informado o valor) ou se o proponente desenvolverá a extensão como parte do serviço contratado.

- Indicar as técnicas que serão utilizadas para o levantamento a ser realizado (ver 6.1). Incluindo, mas não limitado à:
 - Entrevista com stakeholders (internos e externos).
 - Análise competitiva.
 - Definição de “personas” do público-alvo.
 - Levantamento de cenários e casos de uso.
 - Proposta de arquitetura de informação do site (Sitemap, SEO, etc.)
 - Wireframes e protótipos navegáveis do site.
 - Teste de usabilidade com o público-alvo.

É desejável que o projeto evolua em etapas de modo que tenhamos funcionando uma versão do site com o mínimo de funcionalidades o mais cedo possível no projeto, e que o mesmo possa ser evoluído até o final do projeto.

Serão desclassificadas as propostas que:

- Não atendam às exigências contidas nesse termo de referência;
- Apresentem preços inexequíveis;
- Ofereçam vantagens dúbias ou rasuradas, ou ainda que contrariem em todo ou em parte o presente termo de referência.

A proposta vencedora será a que apresentar melhor proposta técnica, com mais experiência em projetos compatíveis e equipe com pessoas mais qualificadas, conforme análise curricular prevista neste item.

Havendo empate técnico entre duas ou mais propostas a classificação será pelo menor preço;

Havendo empate técnico e de preço entre duas ou mais propostas a classificação será feita por sorteio.

8 Cronograma para entrega de propostas, forma de apresentação e processo de comunicação

O prazo para envio de proposta foi prorrogado para o dia 16/01/2017. Todas as propostas já enviadas serão consideradas e será permitido ou envio de alterações ou melhorias que os mesmos julguem possível ou necessárias.

Abaixo segue o cronograma para entrega das propostas e também a forma de comunicação durante o período de recebimento e análise das propostas.

- Publicação do Termo de Referência: 25/11/2016
- Recebimento das Propostas: de 25/11/2016 a 16/01/2017.
- Análise das Propostas: de 25/11/2016 a 18/01/2017 (as propostas serão analisadas na medida que forem sendo apresentadas)
- Publicação do Resultado: 18/01/2017 (após a publicação do resultado será realizado o contrato)

Durante o período de entrega de propostas (25/11 a 16/01) os proponentes poderão comunicar suas dúvidas para o IDEC através de envio de e-mail para ricardo@mavigno.com, sempre com cópia para sandra.matos@idec.org.br.

As dúvidas e suas respostas serão publicadas no mesmo local onde esse documento for publicado durante o período de apresentação.

Durante o período de recebimento das propostas o IDEC também poderá questionar os proponentes que já tiverem apresentado propostas.

Propostas poderão ser apresentadas e substituídas até o final do período de recebimento (16/01/2016).

As propostas deverão ser enviadas via e-mail para projetos@idec.org.br até o final do período de recebimento (16/01/2016).

9 Orçamento

O orçamento máximo para o projeto é de R\$ 150.000,00 conforme previsto na Etapa 1 da Meta 1 do plano de trabalho no Convênio MJ/SENACON/FDD N° 818189/2015.

Apêndice

A Organizações nacionais e internacionais de atuação semelhante ao IDEC

No Brasil temos as organizações Proteste e ReclameAqui, mas eles têm abordagem diferente do IDEC para a questão direito dos consumidores. O Proteste se especializou em testes de produtos, algo que o IDEC não faz na mesma extensão, e o ReclameAqui é especializado em reclamações que também não é área de atuação do IDEC.

Listamos aqui os links para os sites dessas organizações assim como de outras fora do Brasil que têm atuação semelhante ao IDEC.

- Greenpeace (internacional): (<http://www.greenpeace.org/international/en/>)
- Greenpeace (Brasil): (<http://www.greenpeace.org/brasil/pt/>)
- Action Aid (Brasil): (<http://www.actionaid.org.br>)
- SOS Mata Atlântica: (<https://www.sosma.org.br>)
- Médicos Sem Fronteiras (Brasil): (<http://www.msf.org.br>)
- Médicos Sem Fronteiras (internacional): (<http://www.msf.org>)

Outras organizações internacionais que atuam na área de defesa do consumidor:

- UK: Which? (<http://www.which.co.uk/>)
- USA: Consumers Union (<http://consumersunion.org/>)
- Holanda: Consumentenbond (<http://www.consumentenbond.nl/>)
- Alemanha: Stiftung Warentest (<https://www.test.de/>)
- França: Que Choisir (<https://www.quechoisir.org/>)
- Dinamarca: Forbrugerrådet Tænk (<https://taenk.dk/>)
- Canadá: Option Consommateurs (<http://www.option-consommateurs.org/en/>)
- Canadá: Consumers Council of Canada (<http://www.consumerscouncil.com/>)
- Espanha: Eroski Consumer (<http://www.consumer.es/>)
- Espanha: Facua (<https://www.facua.org/>)