



**SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM RURAL
ADMINISTRAÇÃO CENTRAL – BRASÍLIA-DF**

CONCORRÊNCIA Nº 02/2010

Processo nº 00041/10	Tipo: TÉCNICA E PREÇO
Abertura: 16/06/2010	Horário: 15:00h
Local: SGAN 601 – Módulo “K” - Ed. Antonio Ernesto de Salvo - 1º andar – Fones: 61 2109-1306 – Fax: 61 2109-1327	

1. DA CONVOCAÇÃO

O **SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM RURAL - SENAR**, por meio da Comissão Especial de Licitação instituída pela Portaria nº 006/2010 torna pública a realização de licitação, pela modalidade **CONCORRÊNCIA**, do tipo **Técnica e Preço**, que se regerá pelo Regulamento de Licitações e Contratos do **SENAR**, devidamente publicado no D.O.U. de 16/09/1998, com as posteriores alterações publicadas em 16/10/2001, 31/10/2002 e 23/02/2006, bem como, pelas disposições deste edital e de seus anexos.

O edital de licitação com seus anexos poderá ser retirado no sítio eletrônico do SENAR – www.senar.org.br, ou mediante solicitação via email cpl@senar.org.br.

1.1. Da Divulgação dos Atos Licitatórios

1.1.1 – A critério da Comissão Especial de Licitação, todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial da União é obrigatória:

- a) nas reuniões de abertura de **ENVELOPES**;
- b) no site do **SENAR**;
- c) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

2. DO OBJETO:

2.1 - A presente licitação tem por objeto a seleção e contratação de agência especializada para atendimento ao **SENAR – Administração Central**, em suas demandas de serviços de comunicação e publicidade, para as seguintes atividades:

- a) Atendimento, estudo, planejamento, concepção, criação, produção, execução, incluindo a distribuição com a respectiva negociação de espaços na mídia e controle de divulgação, de peças e campanhas publicitárias institucionais e/ou promocionais, para produtos, serviços, e eventos internos e externos;
- b) Elaboração de clipping impresso e eletrônico;
- c) Serviços de editoração para trabalhos específicos do SENAR – Administração Central, tais como: jornais, informativos, cartilhas, periódicos e livros, dentre outros; e,
- d) Executar ações de promoção e patrocínio de eventos e de *marketing*.

2.2 - Poderão também ser demandados à agência de propaganda contratada os seguintes serviços:

- a) Planejamento, criação, desenvolvimento, execução e análise de pesquisas de mercado e de opinião, com a elaboração de relatórios interpretativos e apresentação de sugestão de correção de rumos;
- b) Assessoramento e apoio no planejamento e na execução de planos de comunicação;
- c) Elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual;

2.3 - Os serviços previstos no item 2.2 poderão ser executados diretamente pelo SENAR, ou demandados a terceiros, sem que caiba qualquer direito à contratada;

2.4 - Será permitida a subcontratação de serviços de produção de comunicação, desde que mediante prévia autorização do contratante à vista da apresentação de 03 (três) orçamentos coletados pela contratada, salvo comprovada impossibilidade;

2.5 - As solicitações de serviços serão objeto de atos específicos do SENAR, que fixará termos e condições de execução.

2.6 - A agência contratada estará obrigada a garantir o atendimento às chamadas do SENAR, no local de sua sede em Brasília, no prazo máximo de 24 (vinte e quatro) horas.

2.7 - Integra o presente Edital, como parte indissociável, os seguintes anexos:

ANEXO I - Briefing

ANEXO II - Modelo de Proposta de Preços

ANEXO III - Recibo de retirada do Edital

ANEXO IV - Minuta do Contrato

ANEXO V - Carta de Apresentação de Proposta Técnica

3. DOS PEDIDOS DE ESCLARECIMENTOS E IMPUGNAÇÃO

3.1. Os pedidos de esclarecimentos deverão ser encaminhados à Comissão Especial de Licitação, no endereço eletrônico aju@senar.org.br, até às 18:00h (dezoito horas) do dia **10/06/2010**.

3.2. As impugnações ao edital deverão ser encaminhadas por requerimento formal, dirigido à Comissão Especial de Licitação, e protocoladas no endereço descrito no preâmbulo deste Edital, no mesmo prazo estabelecido no item 3.1, apontando de forma clara e objetiva as falhas e/ou irregularidades que entende tê-lo viciado;

3.3. Caberá à Comissão Especial de Licitação, decidir, no prazo de até 24 (vinte e quatro) horas antes do dia marcado para a realização do certame, sobre a impugnação interposta;

3.3.1. Se procedente e acolhida a impugnação deste Edital, as alterações serão comunicadas aos interessados pela mesma forma com que se deu a divulgação ao texto original, reabrindo-se o prazo inicialmente estabelecido, exceto quando a alteração não afetar a formulação das propostas. Neste último caso, as alterações serão publicadas exclusivamente na página da entidade na internet, no endereço www.senar.org.br, sem necessidade de reabertura de prazos.

3.3.2. As respostas aos pedidos de esclarecimentos formulados serão encaminhados via email para todos os licitantes cadastrados e divulgadas mediante publicação de nota no endereço eletrônico: www.senar.org.br, no mesmo link onde está publicado o edital, ficando as empresas interessadas em participar do certame obrigadas a acessá-la para a obtenção das informações prestadas.

4 – DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

4.1. Poderão participar desta licitação:

- 4.1.1. As licitantes que na fase de habilitação, estiverem operando nos termos da legislação em vigor, e comprovarem possuir os requisitos estabelecidos neste instrumento convocatório, e possuírem sede ou escritório em Brasília-DF;
- 4.1.2. Cada licitante custeará a elaboração de sua proposta e a participação de seu representante nas reuniões que serão realizadas.

4.2. Não poderão participar desta licitação:

- 4.2.1 – Licitantes reunidas em consórcio;
- 4.2.2 – Licitantes cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em curso de credores, em processo de recuperação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;
- 4.2.3 – Licitantes que tenham sido declaradas impedidas de licitar ou contratar com o **SENAR**;
- 4.2.4 – Licitantes administradas ou representadas legalmente por Dirigentes ou empregados do **SENAR**.

5 – DO CREDENCIAMENTO

5.1– Cada licitante terá apenas 01 (um) representante credenciado, respondendo por sua representada, devendo, para tanto, entregar à Comissão Especial de Licitação, imediatamente após a abertura dos trabalhos, prova hábil de sua investidura como representante legal da empresa (original ou cópia autenticada) ou procuração para este fim específico, esta última com firma reconhecida.

5.2 – O documento de que trata o subitem anterior deste Edital deverá ser apresentado em separado, fora dos envelopes e no momento da entrega dos mesmos. A licitante deverá providenciar cópia reprográfica autenticada da procuração, a qual ficará retida nesta licitação. Não será aceita a alegação de que os documentos comprobatórios estão inseridos nos envelopes que contém a documentação de habilitação e das propostas técnica e de preços;

5.3 - O não credenciamento de representante não impedirá a participação da empresa na licitação, porém será vedado ao portador da proposta manifestar-se em nome da licitante;

5.4 - Nenhum interessado poderá participar da presente licitação representando mais de uma licitante;

5.5 - Fica assegurada às licitantes, a qualquer tempo, mediante juntada dos documentos previstos no subitem 5.1, a substituição do seu representante junto ao processo.

6 – DA APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS E DAS PROPOSTAS

6.1 – Os envelopes e o credenciamento serão recebidos pela Comissão Especial de Licitação do **SENAR**, impreterivelmente, **às 15:00 horas do dia 16 de junho de 2.010**, na sede do Serviço Nacional de Aprendizagem Rural – SENAR, situada no SGAN 601 – Módulo “K” – Ed. Antonio Ernesto de Salvo – 1º andar, Brasília – DF. Não serão aceitos, em hipótese alguma, envelopes de documentação de habilitação, da proposta técnica, da proposta de preços e do credenciamento entregues após a data e horário supracitados;

6.2 – O envelope deverá conter, ainda, na sua parte externa, a razão social, CNPJ, e o endereço completo da sede da licitante e, caso a sede da licitante esteja localizada em outra Unidade da Federação, o nome e endereço do seu representante legal em Brasília – DF;

6.3 – Não será aceita pela Comissão Especial de Licitação do **SENAR**, em hipótese alguma, documentação de habilitação e propostas técnica e de preços encaminhada por fax ou *e-mail*;

6.4 – Uma vez entregues e recebidos os envelopes da “**Proposta de Preços – nº 01**”, da “**Proposta Técnica – nº 02**” e “**Documentação de Habilitação – nº 01**”, e iniciada a abertura dos mesmos, não será admitida juntada de outros documentos, nem quaisquer ressalvas, retificações ou emendas, que possam influir no resultado final desta licitação, ressalvadas aquelas destinadas a sanar apenas erros materiais, alterações essas que serão analisadas pela Comissão Especial de Licitação;

6.5 – Os envelopes da “**Proposta de Preços – nº 01**”, da “**Proposta Técnica – nº 02**” e da “**Habilitação – nº 03**”, deverão ser entregues a Comissão Especial de Licitação, pelo representante legal da licitante e/ou via postal, em 03 (três) envelopes distintos, fechados, lacrados e rubricados, contendo cada um, além do nome, telefone/fax, razão ou denominação social e endereço da licitante, a designação de seu conteúdo conforme abaixo especificado:

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM RURAL – SENAR – ADMINISTRAÇÃO CENTRAL Comissão de Licitação Concorrência nº002/10 ENVELOPE Nº 01 – PROPOSTA DE PREÇO Razão Social e CNPJ do proponente Endereço completo do proponente
--

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM RURAL – SENAR – ADMINISTRAÇÃO CENTRAL Comissão de Licitação Concorrência nº002/10 ENVELOPE Nº 02 – PROPOSTA TÉCNICA Razão Social e CNPJ do proponente Endereço completo do proponente

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM RURAL – SENAR – ADMINISTRAÇÃO CENTRAL Comissão de Licitação Concorrência nº 002/10 ENVELOPE Nº 03 – HABILITAÇÃO Razão Social e CNPJ do proponente Endereço completo do proponente

6.6 – É vedada a inclusão posterior de documentos/informações que deveriam constar originariamente nos envelopes.

6.7 – Não serão aceitos envelopes abertos ou sem a identificação estabelecida acima e serão desclassificadas as propostas que desobedecerem às condições deste Edital e que apresentem rasuras ou falhas que impossibilitem a compreensão.

7 – DA PROPOSTA DE PREÇOS (ENVELOPE Nº 01)

7.1. A Proposta de Preço deve estar impressa, sem emendas, rasuras ou entrelinhas, e assinada pelo representante legal da licitante ou por procurador regularmente constituído com poderes específicos para esse fim. Deverá conter todos os elementos a seguir relacionados:

- I) planilha de percentuais sujeitos à valoração, conforme modelo constante do Anexo II;
- II) declarações nas quais a licitante estabelecerá os percentuais máximos a serem pago pela contratante:

- a) A atores e modelos, em relação ao cachê original, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, entendido que o valor inicialmente contratado poderá ser repactuado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo a variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos;

- b) Aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas às peças, sobre o valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente pactuado, entendido que o valor inicialmente contratado poderá ser repactuado aplicando-se, em tal caso, no máximo a variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

7.2. Com base no artigo 11 da Lei nº 4.680/65 e especialmente nos itens 2.8, 2.9, 2.10, 3.6 e 3.11 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, expedidas pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP (invocadas expressamente pelo art. 7º do Decreto nº 57.690/66, que regulamenta a Lei nº 4.680/65) deverão ser observados os seguintes parâmetros na proposta de preços:

- a) Sobre os descontos estabelecidos pelas Normas-Padrão da Atividade Publicitária (itens 3.6, 3.6.1 e 3.6.2), a licitante oferecerá redução dos honorários incidentes sobre os preços de serviços instrumentais de terceiros (serviços e suprimentos externos) e dos honorários incidentes sobre serviços especiais realizado por terceiros (tais como pesquisa, promoção, orientação e registro de marcas, logotipos e outros elementos de programação visual), fixando seus honorários, de modo uniforme, entre um máximo de 10% (dez por cento) e um mínimo de 5% (cinco por cento);

- b) Para efeito de cálculo (aferição do melhor preço), dos honorários oferecidos (entre 5% e 10%) será desconsiderado o símbolo %, indicando dessa forma Nota de Preços (NP) da respectiva licitante, cujo patamar mínimo não deve ser inferior a 5 (cinco) pontos (honorários mínimos admitidos) e o patamar máximo não deve ser superior a 10 (dez) pontos (honorários máximos admitidos).

7.3. Os percentuais a serem propostos serão de exclusiva responsabilidade do licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

7.4. Nos percentuais devem estar inclusos os tributos, frete, seguros, taxas, embalagens, obrigações trabalhistas e previdenciárias e quaisquer outros encargos necessários ao cumprimento da obrigação objeto da presente licitação.

7.5. A licitante deverá fazer constar da proposta prazo de validade igual ou superior a 120 (cento e vinte) dias contados da data prevista no preâmbulo do edital para abertura da licitação.

7.6. Informar a qualificação do preposto autorizado a firmar o contrato – nome completo, CPF, Carteira de Identidade, estado civil e nacionalidade.

7.7. Caso todas as licitantes tenham suas Propostas de Preço desclassificadas, a Comissão poderá fixar o prazo de oito dias úteis para apresentação de novas Propostas de Preço, escoimadas das causas da desclassificação.

8 – DA PROPOSTA TÉCNICA (ENVELOPE Nº 02)

8.1. Para a elaboração da Proposta Técnica, deverá ser observado o descrito nas letras **A, B e C** seguintes:

A) **PLANO DE COMUNICAÇÃO** – Deverá ser elaborado pelo licitante participante, com base no *Briefing* – Anexo I, o qual compreenderá os seguintes quesitos:

a.1) **Raciocínio Básico**: texto sem anexos, usando no máximo 3 (três) laudas, no tamanho A-4, onde o licitante demonstrará seu entendimento sobre os objetivos de comunicação do **SENAR ADMINISTRAÇÃO CENTRAL**, definidos no *briefing*;

a.2) **Estratégia de Comunicação Publicitária**: texto sem anexos, usando no máximo 05 (cinco) laudas, no tamanho A-4, onde o licitante apresentará a estratégia que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a comunicação do **SENAR - ADMINISTRAÇÃO CENTRAL**, cujos objetivos foram apresentados no *briefing*;

a.3) **Idéia Criativa**: texto em que a licitante se limitará a apresentar a síntese da estratégia de comunicação publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, que pode ou não assumir a forma de um *slogan* ou conceito criativo passível de ser utilizado em ações de comunicação das instituições. A idéia criativa deve constituir uma proposta de solução do problema específico de comunicação;

a.3.1) como parte do quesito **Idéia Criativa**, a licitante apresentará campanha publicitária com exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução ao problema específico. Os exemplos de peças devem ser apresentados sob a forma de *layout*, podendo ser acompanhado de roteiro, *story-board* impresso ou “monstro” de peça de rádio, com ou sem música, limitados a uma peça para cada meio (convencional ou não convencional) de veiculação proposto pela licitante, limitados a 10 (dez) peças no total. Estas peças podem ser apresentadas em formatos compatíveis com suas características.

8.2. A exclusivo critério do **SENAR**, o Plano de Comunicação da licitante vencedora poderá ou não vir a ser utilizado, com ou sem modificações, na vigência do contrato.

B) **REPERTÓRIO**: consiste na apresentação de um conjunto de trabalhos, concebidos e veiculados pela licitante, para anunciantes, realizados nos últimos 03 (três) anos, excluídos os trabalhos realizados para o Serviço Nacional de Aprendizagem Rural – SENAR, sob a forma de peças e respectivas memórias técnicas, onde se incluirá indicação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver. A licitante poderá apresentar até duas peças para cada um dos meios de comunicação - eletrônicos e impresso: TV, rádio, revista, jornal e internet. Cada peça deverá conter ficha técnica com a identificação da licitante, título, data de produção, período de veiculação e menção de pelo menos dois veículos que a divulgaram. As fitas de vídeo deverão ser fornecidas em DVD e os *spots* e/ou jingles, em CD.

C) **CAPACIDADE DE ATENDIMENTO**: texto em que o licitante apresentará:

c.1) relação nominal dos principais clientes atendidos pelo licitante nos últimos 03 (três) anos, com a especificação do período de atendimento de cada um deles;

c.2) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as

áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio e TV, produção gráfica, produção *on line*, mídia e atendimento;

c.3) as instalações em Brasília, a infra-estrutura e os recursos materiais e tecnológicos disponíveis para a execução do contrato;

c.4) a sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pela licitante, na execução do contrato, incluídos os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

c.5) a discriminação das informações de comunicação e marketing que colocará regularmente à disposição das organizações, sem ônus adicional, durante a execução do contrato.

8.3. Os textos pertinentes à CAPACIDADE DE ATENDIMENTO estão limitados a 5 (cinco) laudas, ressalvados os textos relativos aos currículos mencionados na alínea "c.2".

8.4. O não cumprimento de qualquer item referente à Proposta Técnica implicará na desclassificação automática do licitante.

8.5. Caso todas as licitantes tenham suas Propostas Técnicas desclassificadas, a Comissão poderá fixar o prazo de 08 (oito) dias úteis para apresentação de novas Propostas de Preço, escoimadas das causas da desclassificação.

9. DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO (ENVELOPE Nº 03)

9.1. Os documentos de habilitação serão providenciados pela licitante e deve ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura, e conterà os documentos previstos neste item, que deverão estar devidamente atualizados ao serem apresentados pelo proponente.

9.2- A habilitação das licitantes fica condicionada à verificação dos seus respectivos registros, bem como da validade dos documentos cadastrais, no ato de abertura do certame, podendo a CPL efetuar as consultas que julgar adequadas sempre que houver dúvidas sobre a legitimidade/autenticidade dos documentos apresentados, podendo, para esse fim, se necessário, suspender a sessão, designando-a no ato para outra data e horário, ficando cientes da nova data os licitantes presentes, sendo desnecessária, neste caso, a divulgação ulterior da nova data por qualquer outro meio.

9.3. DA HABILITAÇÃO JURÍDICA

9.3.1 – Ato constitutivo, estatuto, contrato social ou declaração de firma individual, todos em vigor, devidamente registrados, e acompanhados de suas respectivas alterações consolidadas, caso ocorridas. No caso de sociedades por ações, deverão ainda constar os documentos de eleição de seus atuais administradores.

9.4. DA REGULARIDADE FISCAL:

9.4.1. Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ);

9.4.2. Prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Estadual ou Municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

9.4.3. Prova de regularidade para com as Fazendas Federal, Estadual e Municipal do domicílio ou sede da licitante, na forma da lei;

9.4.4. Prova de regularidade relativa à Seguridade Social no cumprimento dos encargos instituídos por lei;

9.4.5. Prova de regularidade relativa ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), no cumprimento dos encargos instituídos por lei.

9.5. DA QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA:

9.5.1. Certidão negativa de falência ou concordata, expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, nos últimos 60 (sessenta) dias;

9.5.2. Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, ou balanço de abertura no caso de empresa/instituição recém-constituída, que comprovem a situação financeira da licitante;

9.5.3. Comprovação de capital mínimo ou patrimônio líquido mínimo de R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais), integralizados até 90 (noventa) dias anteriores à data de abertura da licitação.

9.5.4. Nos documentos pertinentes, são indispensáveis o nome do Contador e o número do seu registro no Conselho Regional de Contabilidade.

9.5.5. O licitante deverá apresentar resultado maior ou igual a um ($>$ ou $=$ a 1), nos índices relativos à boa situação financeira, a seguir identificados:

$\text{Liquidez Geral (LG)} = \frac{\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$
$\text{Liquidez Corrente (LC)} = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}}$
$\text{Solvência Geral (SG)} = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$

9.6. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

9.6.1. Comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível em características, quantidades e prazos com o objeto da licitação, que se encontra explicitado no item 2 deste edital. A comprovação se dará por meio da apresentação de 01 (um) ou mais atestados ou certidões, fornecidos por pessoa jurídica de direito público ou privado, contendo as seguintes informações:

- a) Nome ou razão social, CNPJ e endereço completo do emitente;
- b) Data de emissão do atestado ou da certidão;
- c) Assinatura e identificação do signatário (nome, cargo e função que exerce junto à empresa emitente).

9.6.2. Comprovante de registro ou inscrição no Conselho Executivo das Normas Padrão – CENP.

10- DOS PROCEDIMENTOS DA LICITAÇÃO

10.1. Conforme preceitua o Art. 16 do Regulamento de Licitações e Contratos do SENAR, a presente licitação se procederá com inversão de procedimento, com abertura inicial dos Envelopes da Proposta de Preço - nº 01, da Proposta Técnica – nº 02, e após a classificação das licitantes, abertura do Envelope da Habilitação – nº 03 do licitante classificado em primeiro lugar.

10.2 Se o licitante classificado em primeiro lugar for inabilitado, proceder-se-á a abertura dos Envelopes da Habilitação dos licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para que o seguinte classificado que preencha as condições de habilitação seja declarado vencedor, nas condições de sua proposta.

10.3. Os Envelopes da “Proposta de Preços – nº 01”, da “Proposta Técnica – nº 02” e da “Habilitação – nº 03” deverão ser entregues impreterivelmente no dia, hora e local indicados no preâmbulo deste edital.

10.4. Recebidos os envelopes, serão eles rubricados no lacre por um membro da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes legais das licitantes, cadastrados conforme o item 5.2.

10.5. A Comissão Especial de Licitação procederá, primeiramente, à abertura do Envelope da “Proposta de Preços – nº 01”.

10.6. As Propostas de Preço serão examinadas conforme o item 7 e seus subitens.

10.7. Após a análise e divulgação do resultado da análise das Propostas de Preços e julgados eventuais recursos interpostos, ou havendo a desistência expressa das licitantes em recorrer, a Comissão Especial de Licitação devolverá intacto os Envelopes da “Proposta Técnica – nº 02” e da “Habilitação – nº 03” das licitantes desclassificadas e procederá a abertura do Envelope da “Proposta Técnica – nº 02”, exclusivamente das licitantes classificadas no exame das Propostas de Preço.

10.8. As Propostas Técnicas serão examinadas conforme o item 8 e seus subitens.

10.9. Após a análise e divulgação das Propostas Técnicas e julgados eventuais recursos interpostos, ou havendo a desistência expressa das licitantes em recorrer, a Comissão Especial de Licitação devolverá intacto o Envelope de “Habilitação – nº 03” das licitantes desclassificadas e procederá a abertura do Envelope da “Habilitação – nº 03”, exclusivamente das licitantes classificadas na fase de Propostas Técnicas.

10.10. Serão inabilitadas as licitantes que não satisfizerem as condições de participação estabelecidas no item 9, bem como aqueles cujos documentos não forem considerados regulares.

10.11. Quando todas as licitantes forem inabilitadas, a Comissão poderá fixar o prazo de 08 (oito) dias úteis para apresentação de nova documentação de habilitação, escoimada das causas de inabilitação, permanecendo os Envelopes da “Proposta de Preços - nº 01” e da “Proposta Técnica - nº 02” em seu poder.

10.12. As decisões referentes ao exame das propostas de preço, ao exame das propostas técnicas e de habilitação, bem como as relativas aos eventuais recursos interpostos constarão de atas e serão comunicadas diretamente às licitantes, caso estejam todas presentes no ato, ou pelas formas previstas no item 1.1. deste Edital, ou ainda por outro meio formal.

10.13. A Comissão de Licitação poderá solicitar a exibição do original de qualquer documento.

10.14. As certidões apresentadas deverão apresentar o nome completo da empresa, sem abreviaturas, e valerão pelos prazos que lhes são próprios; inexistindo esse prazo, reputar-se-ão válidas por 90 (noventa) dias, contados de sua expedição.

11 – DOS CRITÉRIOS PARA PONTUAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

11.1. As Propostas de Preços das licitantes classificadas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

11.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que:

11.2.1. Não atender às exigências deste Edital e de seus anexos, que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

11.2.2. Apresentar percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros.

11.2.3. Apresentar percentual de honorários superior a 10% (dez por cento) e inferior a 5% (cinco por cento) incidente sobre os custos de serviços especiais (serviço ou suprimento) realizados por terceiros, quando a responsabilidade da contratada limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, conforme as Normas-Padrão da Atividade Publicitária (itens 3.6.1 e 3.6.2), expedidas pelo CENP (Conselho Executivo das Normas Padrão), evidenciando prática não condizente com a realidade do mercado e condições antieconômicas, anticoncorrenciais e concorrência desleal;

11.3. Os quesitos a serem valorados integram o modelo de Proposta de Preços, que constitui o Anexo II – Modelo de Propostas de Preços, deste Edital.

11.4. A Comissão atribuirá notas para cada um dos quesitos a serem valorados, conforme a seguinte tabela:

Desconto/Honorários	Notas (N)
Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na Tabela de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal.	$N = 0,1 \times \text{Desconto}$
Percentual de honorários referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à Contratada desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros	$N = 3,0 \times (15,0 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os custos de outros serviços realizados por terceiros , inclusive honorários para serviços especiais.	$N = 2,0 \times (10,0 - \text{Honorários})$
Percentual de REPASSE do desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação.	$N = 5,0 \times \text{PR}$
Observações: para efeito de cálculo das notas de cada licitante, os termos desconto e honorários serão substituídos nas fórmulas da coluna Notas pelas respectivas percentagens que constarem de sua Carta de Apresentação da Proposta de Preços, sem o símbolo “%”.	

11.5. A nota de cada Proposta de Preços será obtida mediante a soma das notas dos quesitos constantes dessa tabela constante do subitem 11.4 acima, atribuindo-se a esta nota o peso de 30% (trinta por cento) na equação final da média ponderada entre a proposta técnica e a proposta de preço.

11.6. A Proposta de Preços que obtiver o maior somatório das notas será considerada como a de menor preço.

11.7. Se houver empate, será considerada como de menor preço a Proposta que apresentar, sucessivamente: o menor preço percentual de honorário referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto padrão de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros; o menor percentual de honorários incidente sobre os custos de outros serviços realizados por terceiros ou o maior percentual de desconto sobre os custos internos.

12 – DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

12.1. As licitantes deverão apresentar sua proposta técnica devidamente encadernada, acompanhada do Anexo V devidamente preenchido, contemplando, como fatores de pontuação, o PLANO DE COMUNICAÇÃO contendo: RACIOCÍNIO BÁSICO, ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, IDÉIA CRIATIVA, além de CAPACIDADE DE ATENDIMENTO e REPERTÓRIO, que deverão ainda observar o seguinte:

12.2. Critério - A Comissão Especial de Licitação, após verificar se as propostas atendem às exigências estabelecidas nesta Concorrência e excluir as que divergem, passará ao julgamento e classificação das aprovadas, obedecendo ao Critério "TÉCNICA E PREÇO", dando-se Peso 7 (sete) à Proposta Técnica e Peso 3 (três) à Proposta de Preço.

12.3. As propostas técnicas serão julgadas e pontuadas por membros da Comissão Especial de Licitação, justificando-se circunstancialmente a pontuação conferida a cada quesito de acordo com os critérios estabelecidos, lavrando-se atas de suas reuniões que deverão ser assinadas por todos os seus integrantes.

12.4. A Comissão Especial de Licitação poderá solicitar pareceres de técnicos pertencentes ao Quadro de Pessoal do **SENAR- ADMINISTRAÇÃO CENTRAL** ou, ainda, de terceiros (pessoas físicas ou jurídicas), para orientar sua decisão.

12.5. Cada proposta técnica poderá receber um máximo de **100 (cem) pontos** em sua avaliação, conforme os critérios abaixo estabelecidos:

12.6. A pontuação será alocada em conformidade com a descrição dos serviços, com os seguintes valores máximos para cada um dos quesitos abaixo:

QUESITO 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO:

I - Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão:

- a) das características do **SENAR** e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do **SENAR** com seus públicos;
- c) do papel do **SENAR** no atual contexto social, político e econômico;

II – Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do conceito e do partido temático proposto à natureza e à qualificação do SENAR e a sua comunicação e/ou o seu problema específico de comunicação;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do **SENAR** com seus públicos;
- d) a adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação do **SENAR**;
- e) consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;

III – Idéia Criativa

- a) sua adequação ao problema específico de comunicação do SENAR;
- b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- c) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;
- d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;

- f) sua pertinência às atividades do SENAR e à sua inserção na sociedade;
- g) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
- h) a exeqüibilidade das peças;
- i) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos;

Quesito 2 – Capacidade de Atendimento

- a) o tempo de experiência profissional em atividades publicitárias;
- b) a adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros técnicos;
- c) a adequação das instalações, da infra-estrutura e dos recursos materiais disponíveis durante a execução do contrato e a qualificação dos profissionais que estarão a disposição para a execução do contrato;
- d) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que serão colocadas regularmente à disposição do SENAR, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato;
- e) a operacionalidade do relacionamento entre do SENAR e a licitante, esquematizado na Proposta;

Quesito 3 – Repertório

- a) idéia criativa e sua pertinência;
- b) clareza da exposição do problema publicitário;
- c) consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- d) a relevância dos resultados apresentados;
- e) a qualidade da execução e do acabamento.

12.7. A nota final será igual a média ponderada das pontuações atribuídas pela Comissão Especial de Licitação, para cada um dos quesitos.

12.8. Quando a proposta não cumprir os critérios de julgamento estabelecidos, será atribuída a pontuação igual a 0 (zero) pontos;

12.9. Quando a proposta cumprir totalmente os critérios de julgamento estabelecidos, será atribuída a pontuação do item ou quesito;

12.10. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de **100 (cem) pontos** e será apurada segundo a metodologia a seguir:

QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTOS (máximo)
I) PLANO DE COMUNICAÇÃO:		70
1) Raciocínio Básico	Acuidade de compreensão:	
	a) das características do SENAR e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária	

		6
	b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do SENAR com seu público-alvo	6
	c) do papel do SENAR no atual contexto social, político e econômico	8
	SUBTOTAL	20
2) Estratégia de Comunicação	a) adequação do conceito proposto à natureza, qualificação e problemas do SENAR, conforme <i>briefing</i>	5
	b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa	5
	c) a riqueza dos desdobramentos desse conceito para a comunicação do SENAR com seu público-alvo	5
	d) adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação do SENAR	5
	e) consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta	5
	SUBTOTAL	25
3) Idéia Criativa	a) adequação ao problema específico de comunicação do SENAR	5
	b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos do SENAR	3
	c) a cobertura dos segmentos de público contemplada por essa interpretações	2
	d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem	5
	e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta	2
	f) sua pertinência à atividade desenvolvida pelo SENAR e sua inserção na sociedade	2
	g) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados	2
	h) a exequibilidade das peças	2
	i) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos	2
	SUBTOTAL	25
II) REPERTÓRIO:		15
	a) idéia criativa e sua pertinência	3
	b) clareza da exposição do problema publicitário	3
	c) consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução	2
	d) relevância dos resultados apresentados	4
	e) qualidade da execução do acabamento	3

	SUBTOTAL:	15
III) CAPACIDADE DE ATENDIMENTO:		15
	a) o tempo de experiência profissional em atividades publicitárias	5
	b) adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros.	2
	c) adequação das instalações, da infra-estrutura e dos recursos materiais disponíveis durante a execução do contrato.	3
	d) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação que serão colocadas regularmente a disposição do SENAR, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato	2
	e) a operacionalidade do relacionamento entre o SENAR e a licitante, a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na proposta	3
	SUBTOTAL	15
TOTAL:		100

12.11. Na avaliação das propostas técnicas, os julgadores poderão conferir ao “aspecto avaliado” pontuação inferior ao respectivo máximo previsto no subitem anterior.

12.12. A nota de cada “aspecto avaliado” e, portanto, a correspondente ao respectivo quesito corresponderá à média aritmética das notas de cada membro da Comissão Especial de Licitação.

12.13. A nota de cada licitante corresponderá à soma das notas dos quesitos.

12.14. Será desclassificada a Proposta que:

I - não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;

II - não alcançar, no total, a nota mínima de **70 (setenta) pontos**;

III - obtiver nota zero em qualquer dos quesitos: Plano de Comunicação, Estratégia de Comunicação Publicitária e Idéia Criativa;

IV - obtiverem 0 (zero) na apuração da nota pela média aritmética a que se refere o item 12.7, em qualquer dos quesitos a que se referem que compõem o Plano de Comunicação, Repertório ou Capacidade de Atendimento.

12.15. Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento das Propostas Técnicas, a licitante que obtiver a maior pontuação na soma das notas dos quesitos;

12.16. Em caso de empate, será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos itens: Plano de Comunicação, Repertório e Capacidade de Atendimento;

12.17. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público marcado pela Comissão Especial de Licitação, cuja data será divulgada por uma das formas previstas no item 1.1. do Edital.

13 – DO RESULTADO FINAL

13.1. Será considerada vencedora final desta Concorrência, aquela licitante que apresentar a **MAIOR NOTA FINAL** calculada de acordo com a média ponderada das valorizações da Proposta Técnica e da Proposta de Preços, de acordo com a fórmula abaixo:

$$NF = 7,0 \times NT + 3,0 \times NP$$

Onde:

NF = Nota Final

NT = Nota da Proposta Técnica (somatório dos quesitos)

NP = Nota da Proposta de Preços (somatório dos quesitos)

13.2. A adoção da média ponderada prevista para determinação da proposta vencedora do certame está autorizada pelo § 1º do art. 8º do Regulamento de Licitações e Contratos do SENAR (Resolução nº 001/CD/SENAR, de 22 de fevereiro de 2006).

13.3. A classificação final das propostas será feita em ordem decrescente dos números correspondentes às Notas Finais, sendo declarada vencedora a proposta que atingir a MAIOR NOTA FINAL.

13.10. A Comissão Especial de Licitação após examinar em sessões internas as propostas de preços, poderá, a seu exclusivo critério, realizar diretamente com a licitante mais bem-classificada na fase da Proposta Técnica – caso não tenham apresentado a Proposta de menor preço – a negociação de preço, tendo como referência a proposta de menor preço entre as licitantes classificadas, realizando o mesmo procedimento, também se assim entender adequado e oportuno, no caso de impasse na negociação anterior, sucessivamente com as demais licitantes classificadas, até a consecução de acordo para a contratação.

13.11. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Especial de Licitação elaborará um relatório apresentando a sua conclusão e recomendando ao Secretário-Executivo do SENAR-**ADMINISTRAÇÃO CENTRAL** a proposta mais vantajosa para a realização do objeto desta licitação, com os devidos esclarecimentos e fundamentos de direito.

13.12. À vista do relatório da Comissão Especial de Licitação, o Secretário-Executivo do **SENAR-ADMINISTRAÇÃO CENTRAL** adjudicará ou não o objeto desta Concorrência à licitante vencedora, e em caso positivo, encaminhará o processo para homologação pela Presidente do Conselho Deliberativo do SENAR.

13.13. Os Envelopes das licitantes inabilitadas ou desclassificadas que deixarem de ser retirados por ocasião das sessões públicas ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias, contados do encerramento da licitação. Decorrido este prazo sem que sejam retirados, o **SENAR** providenciará sua destruição.

14 – DA VALIDADE DAS PROPOSTAS

14.1. A validade das propostas não poderá ser inferior a 120 (cento e vinte) dias, contados da data limite estabelecida para sua apresentação, a qual será considerada sucessiva e automaticamente renovada, por igual período, até a conclusão do processo licitatório e convocação do licitante vencedor para assinatura do respectivo contrato.

15 – DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

15.1. Poderão ser interpostos recursos contra os resultados das fases de proposta de preços, de proposta técnica e de habilitação, pelo licitante que se julgar prejudicado, no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis após o conhecimento da decisão correspondente, em petição escrita, protocolizada na sede do **SENAR-ADMINISTRAÇÃO CENTRAL**, no horário de 08:00 às 12:00 e de 14:00 às 18:00 horas, de 2ª a 6ª feira, perante a Comissão Especial de Licitação, e dirigida ao Secretário-Executivo do **SENAR- ADMINISTRAÇÃO CENTRAL**

15.1.1. O prazo para interposição de recurso terminará sempre às 18 horas do último dia previsto, tendo em vista o horário de funcionamento do **SENAR- ADMINISTRAÇÃO CENTRAL**.

15.1.2. **Não serão aceitos recursos via fax ou e-mail**, devendo o seu original, devidamente assinada por seu representante legal, ser protocolizado na sede da **SENAR-ADMINISTRAÇÃO CENTRAL** indicado neste Edital até as 18h00min (dezoito horas) do último dia do prazo da sua interposição.

15.1.3. Será concedido prazo de 05 (cinco) dias úteis para contra-razões, aos licitantes que tiverem sua situação efetivamente prejudicada em virtude do recurso interposto.

15.1.4. A Comissão Especial de Licitação procederá à análise do(s) recurso(s) interposto(s), podendo ou não reconsiderar sua decisão. Em seguida, o(s) mesmo(s) será (ao) submetido(s) ao Secretário-Executivo do **SENAR- ADMINISTRAÇÃO CENTRAL** devidamente instruído(s), que decidirá em até 10 (dez) dias úteis contados da data final de sua interposição.

15.1.5. Não serão conhecidos os recursos interpostos fora dos prazos legais.

15.1.6. A Comissão Especial de Licitação franqueará aos interessados, desde a data de início do prazo para interposição de recursos até o seu término, vistas ao processo de licitação na sede do **SENAR-ADMINISTRAÇÃO CENTRAL** em dias úteis, no horário de 08 às 12 horas e de 14 às 18 horas.

15.1.7. Os recursos das decisões referentes à habilitação ou à inabilitação de licitantes e ao julgamento de propostas terão efeito suspensivo.

16 – DA CONVOCAÇÃO PARA A ASSINATURA DO CONTRATO

16.1. A Comissão Especial de Licitação convocará o licitante vencedor, que terá o prazo de 03 (três) dias, contado da data da convocação, para assinar e devolver o termo de Contrato.

16.2. Transcorrido o prazo previsto no subitem anterior sem que o licitante compareça para assinar o contrato ou recuse em fazê-lo, a Comissão Especial de Licitação poderá convocar, observando rigorosamente a ordem de classificação, outro licitante classificado para assiná-lo em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta vencedora ou revogar este certame, independentemente da aplicação das demais sanções previstas para a espécie neste Edital e no Regulamento de Licitações e Contratos do SENAR.

17– DOS DIREITOS AUTORAIS E DA PROPRIEDADE

17.1. Nos termos da Lei 9.610/98, o licitante vencedor transferirá, de forma total e definitiva, os direitos autorais patrimoniais e conexos sobre as idéias (incluídos os estudos, planos, análises e projetos), peças, campanhas e demais produtos e materiais de publicidade, de sua propriedade ou de seus prepostos, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste certame, para uso, fruição e disposição pelo **SENAR - ADMINISTRAÇÃO CENTRAL**, em todas as modalidades previstas em Lei, dentro e fora do território nacional, por número ilimitado de vezes. A omissão de qualquer modalidade ou suporte de uso não implicará limitação do direito exclusivo de exploração pelo **SENAR ADMINISTRAÇÃO CENTRAL**.

17.2. O **SENAR - ADMINISTRAÇÃO CENTRAL** poderá, a seu juízo, utilizar os referidos direitos diretamente ou através de terceiros, com ou sem modificações, seja por tempo limitado ou definitivo, sem que lhe caiba qualquer ônus perante o licitante vencedor, seus empregados, prepostos ou subcontratados.

17.3. O licitante vencedor será responsável pela formalização das cessões de direitos patrimoniais de uso, sobre as obras intelectuais concebidas, criadas e produzidas em decorrência deste certame, total e definitivamente ao **SENAR - ADMINISTRAÇÃO CENTRAL**, junto a seus empregados, prepostos, contratados e terceiros.

17.4. O licitante vencedor será responsável pela formalização dos licenciamentos de uso de imagem, áudio e obras artísticas preexistentes (ou de sua reprodução), durante o prazo de duração do contrato, junto a terceiros.

17.5. Quando da formalização das cessões de direitos autorais referida no subitem anterior, junto a terceiros seus titulares, em que uma de suas vias em original com firmas reconhecidas serão entregues sob protocolo diretamente ao SENAR, a Contratada fará constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros seus titulares cláusulas escritas que:

17.5.1. Explicitem a cessão total e definitiva, por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos seus direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação, produção e direção, a composição, arranjo e execução da trilha sonora, as matrizes, os fotolitos e demais trabalhos assemelhados;

17.5.2. Estabeçam que o **SENAR** poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato e mesmo após o seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus financeiro ou de qualquer outra natureza perante os cedentes desses direitos.

17.6. O ato da apresentação da proposta de preço importa na concordância tácita do proponente de que a sua remuneração já inclui a remuneração porventura exigida por terceiros pela cessão de direitos autorais, e de que assume integralmente tal custo e isenta o SENAR de qualquer responsabilidade, direta ou indireta, solidária ou subsidiária, de natureza financeira, cível ou criminal pelo uso de materiais pelo licitante contratado, cujos direitos autorais pertençam a terceiros.

17.6.1. A licitante **CONTRATADA** se obriga a celebrar com terceiros, no caso de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e outras, que não impliquem direitos de uso de imagem e som de voz, que vierem a ser utilizadas na execução do objeto desta concorrência, ajuste que autorize a exibição das suas imagens e voz, sem ônus, fazendo consignar no respectivo instrumento que serão entregues à **CONTRATANTE** cópias de todo o material bruto produzido e uma das vias originais do respectivo ajuste com firmas reconhecidas, sob protocolo diretamente ao SENAR, bem como cláusulas escritas estabelecendo:

17.6.1.1. a cessão dos direitos patrimoniais de uso desse material ao **SENAR**, o qual poderá, a seu exclusivo juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato a ser firmado e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que caiba ao **SENAR** qualquer ônus perante os cedentes desses direitos;

17.6.1.2 – se qualquer remuneração devida em decorrência dessa cessão será sempre considerada como já incluída no preço constante da sua proposta apresentada nesta concorrência.

18 – DAS PENALIDADES

18.1. A recusa injustificada do licitante adjudicatário em assinar o contrato ou retirar o instrumento equivalente, dentro do prazo fixado, caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida e poderá acarretar ao licitante as seguintes penalidades, a exclusivo critério do **SENAR- ADMINISTRAÇÃO CENTRAL**:

I - Perda do direito à contratação;

II - Suspensão do direito de licitar ou contratar com o **SENAR- ADMINISTRAÇÃO CENTRAL** pelo prazo de 02 (dois) anos;

III - Multa de 0,5% (cinco décimos por cento) que será calculada sobre o valor global estimado para custeio do objeto deste Edital, conforme previsto em seu Item 2 – Dos Recursos Orçamentários.

19 – SOLUÇÃO DOS CASOS OMISSOS

19.1. Os casos omissos serão solucionados diretamente pela Comissão Especial de Licitação, observado o Regulamento de Licitações e Contratos do Serviço Nacional de Aprendizagem Rural, aprovado pela Resolução 001/CD de 22/02/2006, publicada no DOU de 23/02/2006, que pode ser acessado no endereço: <http://www.senar.org.br>

20 – DA AUTORIDADE COMPETENTE PARA A HOMOLOGAÇÃO DO RESULTADO DA LICITAÇÃO E ADJUDICAÇÃO DO SEU OBJETO

20.1. A adjudicação do objeto e homologação dos atos desta concorrência, serão efetivadas pelo Secretário Executivo e pela Presidente do Conselho Deliberativo do SENAR-ADMINISTRAÇÃO CENTRAL, respectivamente.

21 – DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

21.1. O orçamento global para custeio do objeto deste Edital, está **ESTIMADO em R\$ 5.000.000,00 (cinco milhões de reais)**, constituindo mera previsão dimensionada, não podendo ser exigido, nem considerado para pagamento mínimo. Portanto, poderá sofrer acréscimos ou supressões sem que isso justifique motivo para qualquer indenização à **CONTRATADA**.

22– DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

22.1. Fica entendido que o Edital e seus anexos são complementares entre si, de modo que qualquer informação contida em um documento e omitida no outro, será considerada.

22.2. Não será permitido a qualquer dos licitantes a retirada de envelopes ou o cancelamento de propostas após a sua entrega.

22.3. Quando todos os licitantes forem inabilitados ou todas as propostas forem desclassificadas, a Comissão Especial de Licitação poderá fixar aos licitantes o prazo de 05 (cinco) dias úteis para apresentação de nova documentação ou de outras propostas.

22.4. O licitante que não tiver sua proposta habilitada e/ou classificada, poderá no prazo de até 15 (quinze) dias, depois de finalizado o procedimento licitatório retirar junto a Comissão Especial de Licitação, os respectivos envelopes que ainda se encontrarem lacrados. Decorrido esse prazo, sem que as Propostas tenham sido retiradas, a Comissão de Licitação do **SENAR- ADMINISTRAÇÃO CENTRAL** providenciará a sua destruição.

22.5. O licitante se obriga a manter, durante toda a execução do contrato, as condições de habilitação e qualificação exigidas nesta Licitação.

22.6. Fica assegurado ao Secretário -Executivo do **SENAR- ADMINISTRAÇÃO CENTRAL** o direito de tomar as providências constantes das letras “a”, “b” e “c”, abaixo, no interesse do **SENAR**, sem que caiba aos licitantes qualquer tipo de reclamação, a saber:

a) Alterar as condições deste Edital, divulgando novo prazo, não inferior a 05 (cinco) dias para a abertura da licitação;

b) Adiar a data de abertura dos envelopes, divulgando a nova data marcada;

c) Cancelar esta Licitação, antes de assinado o contrato, desde que devidamente justificado, sem a obrigação de indenizar.

ANEXO I BRIEFING GERAL

O SENAR em tempo de mudança

1. Contexto

1.1. Sobre o SENAR

Criado pela Lei nº. 8.315, de 23 de dezembro de 1991 e regulamentado pelo Decreto nº. 566, de 10 de junho de 1992, o SENAR tem o objetivo de organizar, administrar e executar, em todo o território nacional, a Formação Profissional Rural (FPR) e a Promoção Social (PS) de jovens e adultos, homens e mulheres que exerçam atividades no meio rural. Começou a atuar, de fato, em 1993. Está presente em todos os Estados da Federação e no Distrito Federal.

Mantido pela classe patronal rural, é vinculado à Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil - CNA e dirigido por um Conselho Deliberativo, integrado por representantes do governo, da classe patronal rural e da classe trabalhadora. Possui uma Administração Central, em Brasília, e 27 Administrações Regionais ligadas às Federações de Agricultura.

O SENAR atua em parceria com diversos organismos públicos e privados para a realização de eventos, o que assegura uma atuação mais abrangente pelo interior do Brasil. O trabalho realizado pelas Administrações Regionais do SENAR depende da atuação competente dos seguintes agentes:

MOBILIZADORES

Responsáveis pela organização dos eventos. Cabe a eles o recrutamento e a seleção da clientela, a escolha dos locais adequados aos eventos, a entrega dos recursos instrucionais necessários e a divulgação dos eventos.

SUPERVISORES

O Supervisor é o agente que conduz o processo educativo, permanente, participativo e orientador da Supervisão, que visa retificar ou ratificar as ações de FPR e atividades de PS executadas ou em execução.

INSTRUTORES

Executam as ações de Formação Profissional Rural e as atividades de Promoção Social. São profissionais de diversas áreas como pedagogos, veterinários, zootecnistas, artesãos, técnicos agrícolas, economistas e administradores, dentre outros.

1.1. Breve introdução

O SENAR se orgulha dos resultados obtidos e olha o futuro com otimismo e vontade de trabalhar. Desde 1993, foram treinados mais de 10 milhões de trabalhadores e produtores rurais nos eventos ou ações de Formação Profissional Rural, e dezenas de milhares de pessoas participaram das atividades de Promoção Social e de diversos Programas Especiais. Com certeza, o SENAR abriu caminhos para a melhoria de vida das famílias que vivem no campo. E a cada dia vem buscando novos rumos para oferecer a capacitação profissional exigida com o crescimento, dinamismo e grandiosidade da agropecuária brasileira.

Os Programas desenvolvidos e implantados pelo SENAR estão mudando a vida dos trabalhadores, produtores rurais e suas famílias. E são levados a todo o País para que as experiências de sucesso dos Estados possam beneficiar o maior número de cidadãos brasileiros que vivem no campo. Em todos os cursos e treinamentos o SENAR procura difundir noções de responsabilidade social e de preservação do meio ambiente, pois sabe que o equilíbrio ambiental é fundamental para a sobrevivência das pessoas e das atividades no campo.

Acreditamos no futuro, queremos fazer sempre mais e possibilitar às crianças, jovens, homens e mulheres que moram no campo o resgate da cidadania e dos direitos inerentes a todos os cidadãos do País.

1.2. Objetivos do SENAR

Os objetivos básicos que norteiam todas as ações do SENAR são:

1. Organizar, administrar e executar em todo território nacional a Formação Profissional Rural e a Promoção Social do Trabalhador Rural;
2. Assistir as entidades empregadoras na programação e elaboração de programas de treinamento no próprio emprego;
3. Estabelecer e difundir metodologias de Formação Profissional Rural;
4. Coordenar, supervisionar e fiscalizar a execução dos programas e projetos de Formação Profissional Rural e Promoção Social;
5. Assessorar o governo federal em assuntos de Formação Profissional Rural e Promoção Social;
6. Assistir o pequeno produtor rural, ensinando novos métodos para a execução de seu trabalho;
7. Estimular a permanência do homem no campo, despertando o seu interesse e incentivando-o a produzir mais, trabalhando melhor.

1.3. Missão do SENAR

O conhecimento da missão e dos objetivos do SENAR é aspecto fundamental para o desenvolvimento do processo de Formação Profissional Rural (FPR) e de Promoção Social (PS).

A missão é a de desenvolver ações de Formação Profissional Rural e atividades de Promoção Social voltadas às pessoas do meio rural, contribuindo com sua profissionalização, integração na sociedade, melhoria da qualidade de vida e pleno exercício da cidadania.

1.4. Formação Profissional Rural e Promoção Social

Habilidades e competências. Estes são os requisitos básicos para o profissional atender às exigências do mercado de trabalho atual. É preciso saber diagnosticar, solucionar problemas, tomar decisões, intervir no processo e, principalmente, trabalhar em equipe. Para isso, a formação do trabalhador deve estar pautada no aprender a fazer, na educação permanente e continuada, que permita o crescimento do ser humano por meio da aprendizagem constante.

Responsável pela Formação Profissional Rural e pela Promoção Social de trabalhadores, produtores rurais e seus familiares, o SENAR atua de forma descentralizada e vai ao encontro de homens e mulheres do campo onde o trabalho acontece, seja no curral, na plantação, debaixo da árvore ou na casa de um dos participantes dos cursos, sempre respeitando a realidade e as peculiaridades de cada comunidade atendida.

O SENAR prepara o cidadão para o desafio mundial de atualização e eficiência, garantindo seu sucesso no mercado de trabalho e promovendo sua participação ativa na vida em comunidade. A instituição se preocupa não apenas em qualificar tecnicamente, mas também em conscientizar sobre a responsabilidade social e o sentimento de cidadania, por meio de sua ação profissionalizante e educativa em todos os Estados da Federação e no Distrito Federal.

1.4.1 FORMAÇÃO PROFISSIONAL RURAL

As ações profissionalizantes desenvolvidas pelo SENAR preparam o produtor e o trabalhador rural para o mercado de trabalho. O objetivo é fazer com que o participante compreenda e saiba interagir com o processo de produção e a cadeia produtiva, e ser capaz de solucionar possíveis problemas de forma criativa e eficiente.

A Formação Profissional Rural – FPR é um processo educativo, não formal, participativo e sistematizado, que possibilita ao cidadãos do campo a aquisição de conhecimentos, habilidades e atitudes para o exercício de uma ocupação.

As programações do SENAR para a Formação Profissional Rural classificam-se em função do nível, abrangência e intensidade com que os conteúdos são desenvolvidos. Esta classificação recebe o nome de “NATUREZAS DE PROGRAMAÇÃO”. Para que as turmas sejam formadas, faz-se primeiro uma análise dos interesses e necessidades dos grupos inscritos, o que define as estratégias do processo de ensino-aprendizagem. No SENAR existem cinco naturezas de programação oferecidas às comunidades rurais:

APRENDIZAGEM RURAL: Destinada aos jovens de 14 a 24 anos, é organizada em tarefas de complexidade progressiva, de acordo com o desenvolvimento físico e psicológico do aprendiz. As tarefas são executadas em ambiente de trabalho, seguindo a legislação vigente.

QUALIFICAÇÃO: Destinada a candidatos ao primeiro emprego ou aos que pretendem mudar de profissão. Capacita o indivíduo para o exercício de uma ocupação definida no mercado de trabalho, preparando-o para dominar todas as tarefas e operações pertinentes.

APERFEIÇOAMENTO: Destinado aos que já exercem a ocupação, mas precisam melhorar o seu desempenho em determinados segmentos.

ATUALIZAÇÃO: Destinada às pessoas que necessitam de novos conhecimentos e/ou habilidades para o exercício de sua ocupação em decorrência de mudanças tecnológicas no processo produtivo.

ESPECIALIZAÇÃO: Destinada aos que exercem uma ocupação, mas pretendem aprofundar seus conhecimentos em área específica da atividade exercida.

Trabalhando de acordo com a realidade do mercado de trabalho, o SENAR ministra eventos de Formação Profissional Rural – FPR em 8 (oito) linhas de ação, (conjuntos de áreas ocupacionais pertinentes aos sub-setores próprios da economia do meio rural ; agricultura, pecuária, silvicultura, aqüicultura, extrativismo, agroindústria, atividades de apoio agro-silvo-pastoril, atividades relativas à prestação de serviços) e 163 ocupações. Há, portanto, uma grande variedade de áreas profissionais nas quais a instituição oferece cursos, treinamentos e seminários, contando, para isso, com uma equipe de instrutores especialistas, treinados na metodologia da Formação Profissional Rural (FPR) do SENAR.

Nos conteúdos das ações educacionais voltadas para a profissionalização, aspectos técnicos são sempre associados a uma ampliação de reflexão e visão crítica. Em eventos cuja prática se mescla à teoria, as ações de Formação Profissional do SENAR buscam promover a socialização do indivíduo com as preocupações e aspirações do seu grupo, levando-o a perceber que suas atividades representam papel importante para a vida em comunidade.

1.4.2 PROMOÇÃO SOCIAL

O SENAR promove socialmente produtores, trabalhadores rurais e suas famílias, desenvolvendo atividades que proporcionam conhecimentos, troca de experiências e reflexão crítica. Por meio das atividades de promoção social, os participantes conscientizam-se de seu poder ativo como transformadores da vida em comunidade e constroem uma auto-imagem positiva.

A Promoção Social (PS) é um processo educativo, não-formal, participativo e sistematizado, que visa ao desenvolvimento de aptidões pessoais e sociais do trabalhador rural e de sua família, numa perspectiva de maior qualidade de vida, consciência crítica e participação na vida da comunidade.

A idéia é criar condições para que as famílias possam ter seus próprios negócios e gerenciar melhor as suas casas, evitando o desperdício e aprendendo a reciclar, sempre com segurança e respeito ao meio ambiente. O SENAR oferece cursos de saúde reprodutiva, prevenção de acidentes, alfabetização de jovens e adultos, saneamento básico no meio rural, produção artesanal de alimentos, educação ambiental, associativismo, cooperativismo, artesanato em argila, cestaria e trançados, pintura em tecidos e artesanato em tecidos. Estas atividades resultam na elevação da auto-estima e descoberta de aptidões pessoais e sociais que ajudam a ampliar a renda familiar e melhorar a qualidade de vida.

As atividades de Promoção Social, muitas vezes, levam à profissionalização do participante, pois transmitem o preparo e a autoconfiança necessários na busca de melhor colocação profissional e social. E contribuem para melhorar a qualidade de vida nas áreas de educação, saúde, alimentação, nutrição, cultura, esporte e lazer, ajudando a reduzir a carência de direitos dos cidadãos da área rural.

1.5. Modos de Ensino

Presencial: o processo ensino-aprendizagem acontece numa relação direta e dialógica entre professor e aluno. Desenvolve-se em ambientes previamente determinados.

A distância: caracterizada pela separação física entre os envolvidos no processo (tutores e alunos), estabelecendo, porém, uma relação de comunicação e aprendizagem multidirecional. Geralmente, utiliza tecnologias diferenciadas (carta, fax, e-mail, Internet), que facilitam vencer a distância física. Esse tipo de ensino possibilita a um maior número de pessoas o acesso à educação.

1.6. Entendendo o campo

Com a globalização, o setor rural brasileiro tornou-se extremamente sensível e vulnerável à competição internacional. A agricultura brasileira vem sofrendo grandes transformações com relação à mecanização das atividades agrícolas, e, conseqüentemente vem afetando o nível de empregos no setor rural, considerando que estas transformações se intensificaram recentemente, devido a um processo crescente de urbanização, de forma tal que a pressão modernizadora na agricultura se responsabilizou pela eliminação de postos de trabalhos agrícolas e que se traduz pela criação de empregos/ocupações não-agrícolas no setor.

Estrategicamente, o homem do campo sempre tentou contornar sua situação de desemprego procurando outros mercados de trabalho que o absorvesse, mais precisamente nas décadas de setenta e oitenta, o chamado êxodo rural, onde ocorreu a saída dos trabalhadores rurais para os grandes centros urbanos, a procura de emprego e melhores condições de vida para si e sua família, entretanto, marcando esta maneira de pensar e agir do homem do campo.

Assim, é grande a preocupação da permanência do homem do campo, que necessita urgentemente de receber novos conhecimentos, uma vez que é parte integrante do desenvolvimento sustentável.

O desenvolvimento humano através da capacitação poderá mudar a realidade rural, proporcionando a qualificação dos trabalhadores e produtores rurais, aumentando e/ou melhorando a qualidade da produção local, bem como a qualidade de vida das famílias rurais, contribuindo com o desenvolvimento do país na geração de emprego e renda.

Na busca de solução para problemas emergências do setor rural e, principalmente, realizar ações que tenham impacto na sociedade brasileira, o Serviço Nacional de Aprendizagem Rural – SENAR busca ações de aplicação viável com relação a aproximação dos produtores rurais de todo o país com novas ferramentas do mundo dos negócios. É por meio de projetos que aumentam a rentabilidade do empresário rural, dando acesso à tecnologia e informação que o SENAR inicia uma nova fase na vida dos produtores.

O SENAR aposta na disseminação do conhecimento como principal ferramenta para a capacitação e melhoria da qualidade da produção nacional. Só a cultura do conhecimento e da valorização da informação pode assegurar ao trabalhador e produtor rural uma produção competitiva, eficiente e moderna. Uma filosofia que está presente no dia-a-dia do SENAR, pautando todas as ações, projetos, produtos e serviços da instituição.

Nesse sentido, os esforços se concentram em disponibilizar um fluxo contínuo de informação de qualidade por meio de cursos, consultorias, treinamentos, palestras, seminários, publicações e diversos canais que, integrados a métodos convencionais e as novas tecnologias, criam uma teia de conhecimento em favor dos trabalhadores e produtores rurais.

1.6.1. Posicionamento de Comunicação

Dentro desta reflexão, o SENAR pretende fazer a difusão de suas ações e seus programas de grande impacto junto a sociedade. Hoje a instituição vive uma nova era, que internamente chamamos de “SENAR em Tempo de Mudança”.

Difundir e implantar os Programas Nacionais que vão além das suas ações tradicionais, fará com que o SENAR participe ativamente das decisões nacionais, manifestando a opinião do empresário rural nas questões de grande relevância para o país.

Recentemente foi apresentado o Planejamento Estratégico CNA/SENAR que propõe uma comunicação que passa a colocar a classe produtora em evidência e o SENAR como entidade condutora dessa nova postura.

Portanto, é necessário realizar esforço de comunicação para “reapresentar” o SENAR ao seu público e a sociedade em geral, com um desafio de promover uma aproximação e mostrar os benefícios do principal produto da instituição: o conhecimento.

O SENAR possui inúmeros produtos para atender as demandas do seu público alvo e isso torna muito difícil realizar campanhas para divulgar todos eles.

Sendo assim, o planejamento de comunicação, se sustenta nas seguintes abordagens:

1. O SENAR gera conhecimento. O conhecimento faz com que o produtor/trabalhador rural se torne mais eficiente.
2. O SENAR gera conhecimento por meio de categorias de produtos concebidos para atender às necessidades do seu público - alvo.
3. O SENAR está em todo o País e atende as necessidades locais. Essa capilaridade sugere uma comunicação que fale a linguagem de todos os produtores/trabalhadores do País, mas, ao mesmo tempo, respeita as diferenças, demandas e peculiaridades de cada regional.

1.7. Descrição dos programas/produtos nacionais:

ÚTERO É VIDA

Seu grande objetivo é diminuir as dificuldades com relação a atendimentos básicos na área de saúde para as mulheres rurais através da promoção de ações de sensibilização, conscientização e mobilização como: palestras sobre higiene pessoal, alimentar e doméstica, alimentação e nutrição e doenças sexualmente transmissíveis e principalmente realizando exame preventivo e diagnóstico de câncer de colo de útero – Papanicolau em mulheres em idade reprodutiva e posteriormente encaminhamento dos resultados.

CIRANDA DA CULTURA

A Ciranda da Cultura tem como foco levar a arte às áreas pouco contempladas com ações culturais. Afastadas dos grandes centros, as zonas rurais, que apesar de terem suas próprias manifestações, estão fora dos circuitos

tradicionais de circulação. Isso faz da Ciranda da Cultura um projeto inovador e de extrema relevância para as interrelações sócio-culturais, contribuindo de forma ativa na origem e no desenvolvimento do capital social do país.

TERRA ADORADA

Contribuir para formação, conscientização e mudança de comportamento da população rural no que diz respeito a questões relacionadas ao meio ambiente proporcionando uma melhor qualidade de vida, inserção social e preservação ambiental trazendo como resultado uma certificação de conformidade das propriedades rurais. Sua operacionalização ocorrerá por meio de ações educativas que buscarão a diminuição dos impactos ambientais em atividades produtivas rurais.

MÃOS QUE TRABALHAM

Conscientizar empregadores e trabalhadores sobre os principais problemas relacionados ao atendimento da Legislação Trabalhista Rural, bem como em questões de segurança e saúde do setor melhorando assim as condições de trabalho, higiene e conforto, tendo como base a NR 31 – Norma Regulamentadora de Segurança e Saúde no Trabalho, trazendo como consequência uma certificação de conformidade das propriedades rurais. Seu caráter educativo baseia-se na premissa de que o bem-estar pleno do homem do campo favorece sua maior eficiência profissional, bem como ganhos econômicos e sociais.

EMPREENDEDOR RURAL

Tem como objetivo a elaboração e implantação de projetos de grupos ou de indivíduos, no sentido de desenvolver e estimular o empreendedorismo relacionado ao agronegócio. É dividido em 03 (três) fases, tais como: Elaboração de projetos, Discussão, implementação prática e Formação de lideranças. Hoje o programa é sinônimo de sucesso, foi nacionalizado, já está em diversos estados do País, e vem mudando a vida de produtores rurais que passaram a ter uma visão empresarial de suas propriedades, aproveitando as necessidades do mercado e investindo em segmentos específicos de maior rentabilidade.

CAMPO FUTURO

Resultado de uma parceria entre o SENAR, a Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA) e a Bolsa de Mercados e Futuro (BM&F), o Projeto Campo Futuro – Gestão de Custos e Riscos para Produtores Rurais envolve tanto as Administrações Regionais do SENAR quanto as Federações da Agricultura e Pecuária de vários Estados. O objetivo é que o produtor rural passe a operar regularmente no mercado futuro e se transforme em formador de opinião a respeito da utilização desse mecanismo em sua região.

INCLUSÃO DIGITAL RURAL

O foco central deste programa é oferecer aos trabalhadores, produtores e suas famílias, o conhecimento necessário para a utilização de tecnologias de informática, utilizando-se de unidade móvel ou fixa de informática totalmente equipada nas comunidades rurais. Os cursos ocorrerão nos tele centros e/ou unidades móveis. As unidades móveis serão adaptadas, dotada de todos os acessórios, mobiliários e documentações exigidas pelo DENATRAN, para atender ao público rural. Este sairá percorrendo as comunidades rurais para o atendimento do público alvo, que será arregimentado através de parceiros diversos do SENAR de cada localidade.

SINDICATO FORTE

O programa visa à capacitação de dirigentes e técnicos de Sindicatos Rurais, abordando desde procedimentos administrativos relacionados à rotina dos sindicatos aos serviços que podem ser prestados pela instituição. Todo o trabalho é construído a partir de um diagnóstico das necessidades de capacitação dos Dirigentes e funcionários, das ações que estão sendo desenvolvidas e os principais resultados até o momento e caracterização das demandas em função da realidade do Sindicato.

O Programa prevê desta forma um planejamento estratégico dos sindicatos e o treinamento de dirigentes em liderança. Os dirigentes saem do treinamento com uma nova mentalidade e querendo que os funcionários estejam em sintonia para implementar um planejamento estratégico.

SECRETARIA EFICIENTE

Dotar as Secretarias Municipais de Agricultura de estrutura tecnológica, profissional e de apoio condizente com sua missão, visando aumentar a produção local.

OBSERVATÓRIO DAS DESPROTEÇÕES SOCIAIS

Mapear os vazios institucionais e sociais do campo e estabelecer as ações necessárias junto aos órgãos governamentais, parceiros e interlocutores, para que projetos especiais possam ser implantados beneficiando a população da área rural.

PROJETO PONTES

A partir dos vazios identificados pelo observatório, o SENAR construirá “pontes” para o desenvolvimento; organizando em conjunto com os parceiros projetos nas áreas de infraestrutura, saúde, educação, saneamento, cultura e desenvolvimento econômico e social.

METAS PARA O MILÊNIO

A expansão e o fortalecimento do setor rural (produção de alimentos) é ferramenta imprescindível para o cumprimento da meta que pretende reduzir pela metade, até 2015, a fome e a extrema pobreza de milhões de pessoas no mundo. O Protocolo de Intenções para a viabilização do Projeto foi está vigorando com a Agência Brasileira de Cooperação ABC/MRE.

2. O SENAR e o seu reposicionamento

Recentemente foi apresentado o Planejamento Estratégico CNA/SENAR que propõe uma comunicação que passa a colocar a classe produtora em evidência e o SENAR como entidade condutora dessa nova postura.

3. O desafio

Diante deste cenário, a Secretaria - Executiva do SENAR, propõe a criação de uma campanha publicitária para divulgar o reposicionamento do SENAR, seus eventos, cursos, programas e resultados que a agricultura tem conseguido alcançar através dos investimentos em ações, projetos e parcerias desenvolvidas pela Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil, com apoio do SENAR.

Esta campanha deve vir acompanhada de um Plano Anual de Comunicação e Marketing e deverá mostrar as novidades da gestão atual do SENAR, apresentando cases de sucesso e, principalmente, prestando contas para a sociedade das suas ações, com o intuito de motivar a inclusão de outros parceiros no seu Projeto Nacional;

3.1 Resumo da Instituição

Área de Atuação: Nacional

Clientela: Trabalhadores rurais, Produtores rurais, Familiares dos trabalhadores e dos produtores rurais e sociedade em geral.

Objetivos da comunicação: Demonstrar a eficácia dos produtos e serviços do SENAR – Administração Central; Transmitir confiança na qualidade dos serviços/produtos para público alvo; Consolidação da marca SENAR; Mostrar o foco da instituição no atendimento das necessidades do cliente e do mercado de trabalho; Demonstrar à sociedade a importância da entidade como fator de desenvolvimento do meio rural.

ANEXO II

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

Razão social: _____ CNPJ/MF: _____
 Endereço completo _____
 Telefone/fax: _____ e-mail: _____
 Nome do Banco: _____ Agência: _____ N° da conta-corrente: _____

Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos:

a) **DESCONTO a ser concedido ao CONTRATANTE sobre os custos internos**, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal: _____ % (_____ por cento);

b) **HONORÁRIOS a serem cobrados da CONTRATANTE**, referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição **não** lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por terceiros: _____ % (_____ por cento);

c) **HONORÁRIOS a serem cobrados da CONTRATANTE**, incidentes sobre os custos de outros serviços realizados por terceiros, referentes, entre outros, ao assessoramento e apoio na execução de ações de assessoria de imprensa, relações públicas, promoção e patrocínios, ao desenvolvimento de pesquisas de mercado e de opinião e de produtos e serviços, à elaboração e registro de marcas, expressões de propaganda, logotipos e de outros elementos de programação visual: _____ % (_____ por cento).

d) **REPASSE à CONTRATANTE** do desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação: _____ % (_____ por cento).

Os preços propostos serão de nossa exclusiva responsabilidade, não nos assistindo o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma exceção, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

Declaramos que esta Proposta de Preços tem validade de _____ (_____), dias, a partir da data da sua apresentação.

_____ - _____, de _____ de 2010

Nome da licitante

Nome, cargo e assinatura do Representante legal

N° da Cédula de Identidade e CPF/MF

ANEXO III
RECIBO DE RETIRADO DE EDITAL

CONCORRÊNCIA Nº. 002/2010

NOME DA EMPRESA: _____

CNPJ Nº.: _____

ENDEREÇO COMPLETO: _____

CEP: _____

TELEFONE(S): (DDD) _____

FAX: _____

E-MAIL: _____

PESSOA PARA CONTATO: _____

RECEBI O EDITAL ACIMA MENCIONADO.

EM: ____ / ____ /2010.

Nome:

OBS.: Este recibo deverá ser preenchido e enviado para o e-mail aju@senar.org.br ou fax (0xx61) 2109.1327.

ANEXO IV

Processo nº 00041/10

Contrato nº /10

**CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS QUE
ENTRE SI CELEBRAM O SERVIÇO NACIONAL DE
APRENDIZAGEM RURAL-SENAR/ADMINISTRAÇÃO
CENTRAL E A EMPRESA**

Pelo presente instrumento particular, o **SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM RURAL**, entidade jurídica de direito privado, sem fins lucrativos, criado pela Lei nº 8.315, de 23/12/91, com seu Regulamento aprovado pelo Decreto nº 566, de 10/06/92, com sede no SGAN 601 – Módulo K – Ed. Antônio Ernesto de Salvo – 1º Andar - Brasília-DF, inscrito no CNPJ/MF sob nº 37.138.245/0001-90, doravante denominado **CONTRATANTE**, neste ato representado pela Presidente do Conselho Deliberativo **KÁTIA REGINA DE ABREU**, brasileira, viúva, psicóloga, portadora da carteira de identidade nº 602.377, expedida pela SSP/TO, inscrita no CPF/MF sob o nº 613.303.451-34, e a empresa, tem entre si justo e acordado o presente Contrato de Prestação de Serviços, com fulcro no Regulamento de Licitações e Contratos do SENAR, publicado no Diário Oficial da União, de 23/02/2006, conforme Concorrência nº 002/10, mediante as seguintes cláusulas e condições:

CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO

1.1. Contratação de agência especializada para atendimento ao **SENAR – Administração Central**, em suas demandas de serviços de comunicação e publicidade, para as seguintes atividades:

- a) Atendimento, estudo, planejamento, concepção, criação, produção, execução, incluindo a distribuição com a respectiva negociação de espaços na mídia e controle de divulgação, de peças e campanhas publicitárias institucionais e/ou promocionais, para produtos, serviços, e eventos internos e externos;
- b) Elaboração de clipping impresso e eletrônico;
- c) Serviços de editoração para trabalhos específicos do SENAR – Administração Central, tais como: jornais, informativos, cartilhas, periódicos e livros, dentre outros; e,
- d) Executar ações de promoção e patrocínio de eventos e de *marketing*.

1.2. Poderão também ser demandados à agência de propaganda contratada os seguintes serviços:

- d) Planejamento, criação, desenvolvimento, execução e análise de pesquisas de mercado e de opinião, com a elaboração de relatórios interpretativos e apresentação de sugestão de correção de rumos;
- e) Assessoramento e apoio no planejamento e na execução de planos de comunicação;
- f) Elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual;

1.3. Os serviços previstos no item 1.2 poderão ser executados diretamente pelo **CONTRATANTE**, ou demandados a terceiros, sem que caiba qualquer direito à contratada;

- 1.4. Será permitida a subcontratação de serviços de produção de comunicação, desde que mediante prévia autorização do contratante à vista da apresentação de 03 (três) orçamentos coletados pela contratada, salvo comprovada impossibilidade;
- 1.5. As solicitações de serviços serão objeto de atos específicos do **CONTRATANTE**, que fixará termos e condições de execução.
- 1.6. A agência contratada estará obrigada a garantir o atendimento às chamadas do **CONTRATANTE**, no local de sua sede em Brasília, no prazo máximo de 24 (vinte e quatro) horas.

CLÁUSULA SEGUNDA - DA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

A execução do presente Contrato dar-se-á em estrita consonância com as especificações constantes do Edital de Concorrência nº 002/09 e da Proposta da Contratada, que fazem parte integrante do presente, independente de sua transcrição.

CLÁUSULA TERCEIRA – DAS OBRIGAÇÕES DAS PARTES

3.1. Constituem obrigações da **CONTRATADA**, dentre outras:

3.1.1. Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade, observando as melhores práticas do setor e as especificações de cada solicitação.

3.1.2. Realizar com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de terceiros, todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pelo **CONTRATANTE**.

3.1.3. Atender às chamadas do **CONTRATANTE**, no local de suas sedes, no prazo máximo de 24 (vinte e quatro) horas. A seu critério, a **CONTRATADA** poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

3.1.3.1. Arcar com o pagamento de passagens e diárias dos contratados quando os serviços forem prestados na cidade sede do **CONTRATANTE**.

3.1.4. Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica), admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovado pelo **CONTRATANTE**.

3.1.5. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações junto a terceiros e transferir, integralmente, ao **CONTRATANTE** descontos especiais (além dos normais, previstos em tabelas), bonificações, reaplicações, prazos especiais de pagamento e outras vantagens.

3.1.5.1. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido ao **CONTRATANTE**, caso estas venham a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

3.1.6. Negociar sempre as melhores condições de preço para os direitos autorais de imagem e som de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias pelo **CONTRATANTE**.

3.1.7 Fazer cotação de preços para todos os serviços de terceiros e apresentar ao **CONTRATANTE**, no mínimo, três propostas, com a indicação da mais adequada para sua execução.

3.1.7.1 Se não houver possibilidade de obter 03 (três) propostas, a **CONTRATADA** deve previamente a contratação apresentar à aprovação do **CONTRATANTE** as justificativas pertinentes, por escrito.

3.1.7.2 Se julgarem conveniente, o **CONTRATANTE** poderá realizar cotação de preços junto aos fornecedores.

3.1.8. Obter a aprovação prévia e escrita do **CONTRATANTE** para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com o presente contrato.

3.1.9. Submeter a subcontratação de terceiros, para a execução de serviços objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência do **CONTRATANTE**.

3.1.9.1. Nada obstante os serviços sejam prestados por terceiros, a **CONTRATADA** permanece com todas as suas responsabilidades contratuais perante o **CONTRATANTE**.

3.1.9.2. A contratação de serviços ou compra de material de empresas em que a **CONTRATADA** ou seus funcionários tenham, direta ou indiretamente participação societária, ou qualquer vínculo comercial, somente poderá ser realizada após comunicar ao **CONTRATANTE** esse vínculo e obter sua aprovação.

3.1.10 Produzir, de início, após a aprovação dos serviços pelo **CONTRATANTE**, uma cópia *Betacam* e uma cópia *DVD* de cada filme para TV, uma cópia, em *DVD*, de *spots e jingles* de rádio, um fotolito e duas provas de fotolito de peças para revistas ou jornais.

3.1.11 Orientar a produção e a impressão das peças gráficas (folhetos, cartazes, mala-direta, etc.) aprovadas pelo **CONTRATANTE**.

3.1.11.1 No caso de necessidade de segunda tiragem, o **CONTRATANTE** poderá, a seu critério, optar pela contratação, junto a terceiros, sob sua própria orientação.

3.1.11.2 A quantidade de material a ser utilizado na veiculação só será definida após a aprovação da mídia pelo **CONTRATANTE** e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no item 2.1.10.

3.1.12 Entregar ao **CONTRATANTE**, até o dia 10 do mês subsequente, um relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e um relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para uma avaliação de seu estágio.

3.1.13 Registrar em Relatórios de Atendimento todas as reuniões e telefonemas de serviço entre o **CONTRATANTE** e a **CONTRATADA**, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambas tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

3.1.13.1 Esses relatórios deverão ser enviados pela **CONTRATADA** ao **CONTRATANTE** até o prazo máximo de 02 (dois) dias úteis após a realização do contato.

3.1.13.2. Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, o **CONTRATANTE** poderá solicitar a necessária correção, no prazo máximo de 02 (dois) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.

3.1.14. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do **CONTRATANTE**, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da **CONTRATADA** pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria **CONTRATADA** ou por terceiros por ela contratados.

3.1.15. Só divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolva os nomes do **CONTRATANTE**, mediante prévia e expressa autorização.

3.1.16. Prestar esclarecimentos ao **CONTRATANTE** sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a **CONTRATADA**, independentemente de solicitação.

3.1.17. Manter, durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação que deu origem à presente contratação.

3.1.18. Cumprir todas as leis, normas regulatórias, regulamentos e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

3.1.19. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus funcionários e, quando for o caso, com relação a funcionários de terceiros contratados.

3.1.20. Assumir, com exclusividade, todos os impostos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados ou exigidos pelos Poderes Públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

3.1.21. Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos e/ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

3.1.22. Apresentar, quando solicitado pelo **CONTRATANTE**, a comprovação de cumprimento de todos os seus encargos trabalhistas, previdenciários e fiscais.

3.1.23. Administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e o próprio **CONTRATANTE**.

3.1.23.1. Em casos de subcontratação de terceiros para a execução, total ou parcial, de serviços estipulados neste instrumento, exigir dos eventuais subcontratados, no que couber, as mesmas condições que lhe são exigidas pelo presente contrato.

3.1.24. Manter, por si, por seus prepostos e subcontratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação do **CONTRATANTE**.

3.1.24.1. A infração a disposto no item 2.1.24 implicará na rescisão imediata deste contrato e sujeitará a **CONTRATADA** às penas da Lei nº 9.279, de 14.04.96, às penalidades estipuladas neste contrato e, ainda, às perdas e danos que sejam apurados.

3.1.25. Responder perante o **CONTRATANTE** e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de sua omissão, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou por erro seu em quaisquer serviços objeto deste contrato.

3.1.26. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que importem em aumento de despesas ou perda de descontos para o **CONTRATANTE**.

3.1.27. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou subcontratados, bem como se obrigar por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais relacionadas com o cumprimento do presente contrato.

3.1.27.1. Caso haja ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a **CONTRATADA** adotará as providências necessárias no sentido de preservar o **CONTRATANTE** e de mantê-lo a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará ao **CONTRATANTE** as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de dez dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

3.1.28. Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato.

3.2. São obrigações do CONTRATANTE:

3.2.1. Designar funcionário que acompanhará junto à **CONTRATADA** as fases de desenvolvimento e execução do objeto deste Contrato;

3.2.2. Prestar todas as orientações e informações necessárias à **CONTRATADA**, para melhor desempenho do objeto deste Contrato;

3.2.3. Avaliar cada orçamento apresentado, informando por escrito à **CONTRATADA**, sua aprovação ou reprovação.

CLÁUSULA QUARTA - DO PREÇO

4.1. Os serviços, objeto deste Contrato, estão **estimados** em R\$..... (), constituindo mera previsão dimensionada, não podendo ser exigido, nem considerado para pagamento mínimo. Portanto, poderá sofrer acréscimos ou supressões sem que isso justifique motivo para qualquer indenização à **CONTRATADA**.

4.2. Pelos serviços prestados, a **CONTRATADA** será remunerada de acordo com as condições previstas em sua proposta, observando-se, ainda, a seguinte forma:

4.3. Honorários de..... % (..... por cento) referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à **CONTRATADA** o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de serviços realizados por terceiros, com a efetiva intermediação da **CONTRATADA**.

4.3.1. Esses honorários serão calculados sobre o preço líquido, assim entendido o preço efetivamente faturado, dele excluído o valor dos impostos cujo recolhimento seja de competência da **CONTRATADA**.

4.4. Honorários de % (..... por cento) incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de outros serviços realizados por terceiros, com a efetiva intermediação da **CONTRATADA**, referentes ao assessoramento e apoio na execução de ações de assessoria de imprensa, relações públicas, promoção e patrocínios, ao desenvolvimento de pesquisas de mercado e opinião e de produtos e serviços, à elaboração e registro de marcas, expressões de propaganda, logotipos e de outros elementos de programação visual, à organização de eventos, ao planejamento e montagem de estandes em feiras e exposições e aos demais serviços destinados ao atendimento das necessidades de comunicação da **CONTRATANTE**.

4.4.1. Esses honorários serão calculados sobre o preço líquido, assim entendido o preço efetivamente faturado, dele excluído o valor dos impostos cujo recolhimento seja de competência da **CONTRATADA**.

4.5.% (..... por cento) dos valores previstos na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria **CONTRATADA**.

4.5.1. Os layouts reprovados não serão cobrados pela **CONTRATADA**.

- 4.6. _____ % (_____ por cento) do desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação;
- 4.7. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo sobre cachê original a ser pago pela **CONTRATANTE**, a atores e modelos, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, será de xx% (_____ por cento). O percentual máximo sobre o valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela **CONTRATANTE** aos detentores dos direitos patrimoniais de uso dessas obras, será de xx% (_____ por cento).
- 4.8. O valor inicialmente contratado poderá ser repactuado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.
- 4.9. Despesas com deslocamento de profissionais da **CONTRATADA** ou de seus representantes serão de sua exclusiva responsabilidade.
- 4.10. A **CONTRATADA** não fará jus a honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços realizados por terceiros referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.
- 4.11. A **CONTRATADA** não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pelo **CONTRATANTE**, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.
- 4.12. As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas quando da renovação ou da prorrogação deste contrato, desde que resultem em condições mais vantajosas para a **CONTRATANTE**.
- 4.13. Os **serviços de terceiros** considerados necessários à execução do presente Contrato e **não constantes** da Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato serão remunerados de acordo com o preço de mercado, demonstrado através de, **no mínimo, 03 (três) orçamentos** de empresas ou profissionais do ramo, ressalvada a hipótese de comprovada inexistência de mais de 01 (um) fornecedor ou prestador de serviços, submetidos à aprovação prévia do **CONTRATANTE**.
- 4.14. A **CONTRATADA** somente poderá executar os serviços, objeto deste Contrato, mediante prévia e expressa autorização do **CONTRATANTE**, específica para seu fim.
- 4.15. Em caso de eventual cancelamento de produto ou serviço, o **CONTRATANTE** se responsabilizará pelo pagamento do mesmo até a data do cancelamento, desde que a **CONTRATADA** comprove os gastos efetivamente realizados.
- 4.16. Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade do licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

CLÁUSULA QUINTA - DO PAGAMENTO

O pagamento do objeto deste instrumento far-se-á através de crédito na conta corrente de titularidade da CONTRATA nº _____, agência nº _____, do Banco _____, quinzenalmente, mediante a apresentação da respectiva nota fiscal, devidamente atestada pelo setor competente do **CONTRATANTE**.

SUBCLÁUSULA ÚNICA

As Faturas de Fornecimento ou Prestação de Serviços, Nota Fiscal de Serviços ou Nota Fiscal/Fatura não aprovadas pelo CONTRATANTE serão devolvidas à CONTRATADA, para as correções, acompanhadas dos motivos de sua rejeição, recontando-se o prazo para pagamento estabelecido no “*caput*” desta cláusula, a partir da sua reapresentação, sem qualquer tipo de correção do valor total.

CLÁUSULA SEXTA - DOS DIREITOS AUTORAIS E DA PROPRIEDADE

Em relação aos direitos autorais, a **CONTRATADA** se sujeita às seguintes disposições:

6.1 a cessão, total e definitiva, ao **CONTRATANTE**, dos direitos patrimoniais de uso das idéias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato;

6.2 o compromisso de, em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros, solicitar de cada terceiro passível de ser contratado 03 (três) orçamentos para execução do serviço, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que a **CONTRATANTE** escolha uma das opções;

6.3 que, nos casos de cessão de direitos por tempo limitado, condicionará a contratação de serviços com terceiros por período mínimo de doze meses e que utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão;

6.4 o compromisso – quando a **CONTRATANTE** optarem pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva – de fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros, para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços, cláusulas escritas que:

6.4.1 explicitem a cessão total e definitiva, por esses terceiros, ao **CONTRATANTE**, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexos, aí incluídos a criação, redação, produção e direção, a composição, arranjo e execução de trilha sonora, as matrizes, os fotolitos e os demais trabalhos assemelhados;

6.4.2 estabeleçam que o **CONTRATANTE** poderá, a seu juízo, utilizar os direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos;

6.5 que considerará como já incluída no custo de produção qualquer remuneração devida a terceiros em decorrência da cessão de direitos, por tempo limitado, ou total e definitiva;

6.6 o compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s) incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos ao **CONTRATANTE**;

6.7 o compromisso de fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com terceiros, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e outras, que não impliquem direitos de uso de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

6.7.1 que ao **CONTRATANTE** será entregue duas cópias, uma em Betacam e outra em DVD, de todo o material bruto produzido;

6.7.2 a cessão dos direitos patrimoniais de uso desse material ao **CONTRATANTE**, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos;

6.7.3 que qualquer remuneração devida em decorrência dessa cessão será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

6.8 o compromisso de sempre negociar as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes das declarações referidas no inciso II do item 7.1. do Edital, para os direitos de imagem e som de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias do **CONTRATANTE**.

CLÁUSULA SÉTIMA - DA VIGÊNCIA

7.1 O presente Contrato terá sua vigência por 12 (doze) meses, contados a partir da data de sua assinatura, podendo ser renovado se houver interesse entre as partes, através de termos aditivos, limitado a 60 (sessenta) meses, de acordo com o previsto no Regulamento de Licitações e Contratos do SENAR.

CLÁUSULA OITAVA - DAS ALTERAÇÕES

Este instrumento poderá ser alterado na ocorrência de qualquer dos fatos estipulados nos arts. 29 e 30 do Regulamento de Licitações e Contratos do SENAR.

CLÁUSULA NONA - DAS SANÇÕES

De acordo com o art. 31 do Regulamento de Licitações e Contratos do SENAR, o adjudicatário que se recusar injustificadamente em assinar o contrato, aceitar ou retirar o instrumento equivalente, dentro do prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar da notificação que lhe será entregue, caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida, sujeitando-se às penalidades estabelecidas nos incisos I, II e III.

SUBCLÁUSULA ÚNICA

Pela inexecução total ou parcial deste instrumento, o **CONTRATANTE** poderá, garantida prévia defesa, aplicar a **CONTRATADA** as seguintes sanções:

- a) Multa de 2% (dois por cento) sobre o valor total deste instrumento, por infração de qualquer cláusula ou condição contratual, dobrável na reincidência, a critério do **CONTRATANTE**;
- b) Suspensão temporária de participar de licitação e impedimento de contratar com o **CONTRATANTE**, pelo prazo de até 02 (dois) anos;
- c) Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com o **CONTRATANTE**, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a sua reabilitação.

CLÁUSULA DÉCIMA – DA RESCISÃO

O inadimplemento total ou parcial das obrigações contratuais assumidas, dará ao contratante o direito de rescindir unilateralmente o contrato, sem prejuízo de outras penalidades previstas no instrumento convocatório ou no contrato, inclusive a de suspensão do direito de licitar ou contratar com o SENAR por prazo não superior a 02 (dois) anos (art. 32 do Regulamento de Licitações e Contratos do SENAR).

SUBCLÁUSULA ÚNICA

O Contrato também poderá ser rescindido por acordo entre as partes, ou unilateralmente, desde que a outra seja comunicada por escrito, com antecedência mínima de 30 (trinta) dias, sem prejuízo do cumprimento das obrigações contratuais assumidas até a data da rescisão.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DAS COMPLETAÇÕES OU ACRÉSCIMOS

As complementações ou acréscimos ao presente instrumento obedecerão ao estabelecido no art. 30, do Regulamento de Licitações e Contratos do SENAR.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS Será de inteira e total responsabilidade da CONTRATADA, todas as despesas decorrentes da prestação dos serviços objeto do presente instrumento, inclusive salários de seus empregados, taxas, impostos, custos administrativos, encargos sociais e outras despesas que porventura venham a ser criados pelo governo.

SUBCLÁUSULA ÚNICA

Não será permitida a transferência à terceiros das obrigações previstas neste instrumento.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DOS CASOS OMISSOS

Os casos omissos neste Contrato serão solucionados pelas as partes, observadas as disposições do Regulamento de Licitações e Contratos do SENAR.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DO FORO Fica eleito o foro da Circunscrição Judiciária do Distrito Federal para dirimir qualquer dúvida resultante do cumprimento deste Contrato.

E por estarem, assim, justos e contratados, e para um só efeito legal, firmam o presente instrumento, em 02 (duas) vias de igual teor e forma.

Brasília – DF, de _____ de 2.010.

Kátia Regina de Abreu
Presidente do Conselho Deliberativo do
SENAR/ADM.CENTRAL

ANEXO V

**CARTA DE APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA
(MODELO)**

Local e data

**À
COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO
A/C Sr. Presidente**

Ref.: Concorrência nº 002/10

Em cumprimento ao que prescreve o item 11 do Edital, utilizamo-nos da presente para submeter à apreciação de V.Sas. os documentos abaixo discriminados, necessários para a análise e julgamento da Proposta Técnica:

Declaramos que todas as informações existentes na Proposta Técnica foram conferidas e que, em decorrência do exposto, assumimos integral responsabilidade por sua veracidade, eventuais erros ou omissões existentes e, ainda, que estamos de pleno acordo com todas as condições estabelecidas no Edital de licitação e seus anexos.

LICITANTE

(nome da empresa com assinatura do seu(s) representante(s) legal(is) com firmas reconhecida(s))

(DESCREVER OS DOCUMENTOS COM A NUMERAÇÃO DE PÁGINA CORRESPONDENTE DA SUA PROPOSTA TÉCNICA).