



**SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM RURAL
ADMINISTRAÇÃO CENTRAL**

PREGÃO PRESENCIAL Nº 019/2017

Processo nº 00142/2017	Tipo: Menor Preço Global
Abertura: 12/12/2017	Hora: 9h
Local: SGAN 601 – Módulo “K” - Ed. Antônio Ernesto de Salvo - 1º andar – CEP: 70830-021 Fones: (61) 2109-1384.	

O **SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM RURAL - SENAR**, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação (CPL), nomeada pela Portaria nº 004/2017/CD, de 17 de outubro de 2017, torna pública a realização de licitação, pela modalidade **PREGÃO PRESENCIAL**, do tipo **MENOR PREÇO**, que se regerá pelo Regulamento de Licitações e Contratos do SENAR, na sua redação atual <http://www.senar.org.br/sites/default/files/senar/RLC-SENAR.pdf>, bem como pelas disposições deste Edital e seus Anexos, que poderão ser retirados no sítio eletrônico do SENAR – <http://www.senar.org.br/biblioteca/licitacoes>, ou mediante solicitação via e-mail cpl@senar.org.br.

Para agilidade do registro dos licitantes no nosso sistema, pedimos que seja enviado previamente, via e-mail cpl@senar.org.br, o Anexo II - Recibo de Retirada do Edital.

Da Divulgação dos Atos Licitatórios

A critério da Comissão Permanente de Licitação, todas as decisões referentes a este Pregão Presencial poderão ser divulgadas conforme a seguir:

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

1. DO OBJETO

1.1. Contratação de pessoa jurídica para prestação de serviços técnicos especializados, **sob demanda**, de planejamento, desenvolvimento e execução de soluções de comunicação digital para o portal de educação à distância do SENAR, tudo em conformidade com o Termo de Referência – ANEXO I.

1.2. Atividades a serem executadas:

- a) Desenvolvimento de serviços de comunicação, publicidade e estratégias de marketing digital para o EAD SENAR para uso exclusivo na Internet;
- b) Atendimento, estudo, planejamento, concepção, produção e execução de campanhas publicitárias,





promocionais e/ou ações em mídia digital;

c) Distribuição e negociação de espaços na mídia;

d) Controle de divulgação;

e) Monitoramento das redes sociais;

f) Desenvolvimento de layouts e aplicativos para redes sociais;

g) Produção de landing pages.

1.3. Os Serviços serão iniciados a partir de fevereiro/2018.

2. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

2.1. Poderão participar desta licitação:

2.1.1. As licitantes que na fase de habilitação, estiverem operando nos termos da legislação em vigor, e comprovarem possuir os requisitos estabelecidos neste instrumento convocatório;

2.1.2. Cada licitante custeará a elaboração de sua proposta e a participação de seu representante nas reuniões que serão realizadas.

2.2. Não poderão participar desta licitação:

2.2.1. Licitantes reunidas em consórcio;

2.2.2. Licitantes cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em curso de credores, em processo de recuperação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;

2.2.3. Licitantes que tenham sido declaradas impedidas de licitar ou contratar com o **SENAR**;

2.2.4. Licitantes administradas ou representadas legalmente por Dirigentes ou empregados do **SENAR**.

2.3. Cada licitante terá apenas 01 (um) representante credenciado, respondendo por sua representada, devendo, para tanto, entregar à Comissão Permanente de Licitação, imediatamente após a abertura dos trabalhos, prova hábil de sua investidura como representante legal da empresa, em documento original ou cópia autenticada, (facultada a autenticação de cópias durante a sessão mediante a apresentação dos respectivos originais para conferência). No caso de outorga de poderes por meio de procuração, será necessária também a firma reconhecida do Outorgante.

2.3.1. Os documentos de que tratam o subitem anterior deverão ser apresentados em separado, fora dos envelopes “**1 - PROPOSTA DE PREÇOS**” e “**2 - DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**”, antes da entrega dos mesmos. Não será aceita a alegação de que os documentos relativos ao





credenciamento estejam contidos nos referidos envelopes;

2.3.2. O não credenciamento de representante não impedirá a participação da licitante na licitação, sendo, porém, vedado ao portador dos envelopes “1 - PROPOSTA DE PREÇOS” e “2 - DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO” manifestar-se em nome da licitante durante a sessão;

2.3.3. Nenhum interessado poderá participar da presente licitação representando mais de uma licitante.

2.4. Fica assegurada às licitantes, a qualquer tempo, mediante juntada dos documentos previstos no item 2.3, a substituição do seu representante junto ao processo.

2.5. Os envelopes “1 - PROPOSTA DE PREÇOS – ” e “2 - DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO”, deverão ser entregues a Comissão Permanente de Licitação, pelo representante legal da licitante e/ou via postal, em 02 (dois) envelopes distintos, fechados, lacrados e rubricados, contendo cada um a razão ou denominação social, CNPJ e endereço da licitante, a designação de seu conteúdo conforme abaixo especificado:

- **ENVELOPE "1" – PROPOSTA DE PREÇOS**

- Pregão Presencial nº 0xx/2017
- NOME DA LICITANTE: (Identificação da licitante)
- CNPJ DA LICITANTE:
- ENDEREÇO:

- **ENVELOPE "2" – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

- Pregão Presencial nº 0xx/2017
- NOME DA LICITANTE: (Identificação da licitante)
- CNPJ DA LICITANTE:
- ENDEREÇO:

2.6. A participação na presente licitação implica aceitação integral e irrevogável dos termos e condições deste Edital e dos seus Anexos, bem como do Regulamento de Licitações e Contratos do SENAR.

3. DA HABILITAÇÃO - ENVELOPE “2”

3.1. Os documentos de habilitação serão providenciados pelas licitantes em documento original ou cópia autenticada, (facultada a autenticação de cópias durante a sessão mediante a apresentação dos respectivos originais para conferência), e devem ser acondicionados em embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

3.2. 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, sendo facultado 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.

3.2.1. A Comissão de Licitação, no interesse em manter o caráter competitivo desta licitação, poderá relevar omissões puramente formais nos documentos e propostas apresentadas pelos licitantes, desde que não comprometam a lisura do certame e possam ser sanadas em prazo fixado pela mesma, sendo vedada a inclusão de documentos que deveriam constar originalmente do ato de abertura.

3.2.2. As certidões valerão pelos prazos que lhe são próprios, e, inexistindo esse prazo, reputar-se-ão válidas por 60 (sessenta) dias, contados de sua expedição.

3.3. DA HABILITAÇÃO JURÍDICA

3.3.1. 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.

3.4. DA REGULARIDADE FISCAL

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

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

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

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

3.5. DA QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

3.5.1. Certidão negativa de falência ou concordata, expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, no prazo de validade;

3.5.2. 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;

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





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

3.5.4. Somente serão habilitados os licitantes cuja escrituração contábil acima referida comprove patrimônio líquido não inferior a R\$ 70.000,00 (setenta mil reais).

3.6. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA DA EMPRESA

3.6.1. Comprovação de aptidão para o desempenho de atividade pertinente e compatível com o objeto da licitação, por meio da apresentação de 01 (um) ou mais atestados fornecidos por pessoa jurídica, de direito público ou privado, no qual conste a prestação de serviço e/ou a realização de fornecimento da mesma natureza ou similar ao objeto aqui licitado. O atestado deve ser datado e assinado e deverá conter informações que permitam a identificação correta do contratante e do prestador do serviço, tais como:

- Nome, CNPJ e endereço do emitente da certidão;
- Nome, CNPJ e endereço da empresa que prestou o serviço ao emitente;
- Data da emissão do atestado; e
- Identificação do signatário (nome, cargo ou função que exerce junto à emitente).

3.6.1.1. Entende-se por atividade pertinente e compatível com o objeto da licitação a prestação de serviços especializados de planejamento, monitoramento, criação e produção de peças para comunicação digital.

3.6.1.2. O(s) atestado(s) deve(m) comprovar que a LICITANTE desenvolveu os trabalhos abaixo:

Nº	TIPO DE MATERIAL PRODUZIDO	PERÍODO/QUALIDADE
1	Planejamento de comunicação	Planejamento para ações com duração de pelo menos 30 dias. O planejamento deve ter determinado o público, as ações e estratégias.
2	Gestão de monitoramento	Gestão de pelo menos 03 mídias digitais por um período de pelo menos 90 dias.
3	Criação de peças para web	Criação de peças para campanha com duração de pelo menos 30 dias.
4	Produção de conteúdo especializado	Produção de pelo menos 03 conteúdos especializados em temas diversos.
5	Produção de ilustrações	Produção de ilustrações para ação promocional ou campanha.
6	Desenvolvimento de campanhas com links patrocinados	Desenvolvimento de campanha com links patrocinados com duração de pelo menos 30 dias.

3.6.2. A licitante deverá apresentar relação nominal dos principais clientes atendidos nos últimos dois anos, com a especificação do período de atendimento de cada um deles;

3.6.3. A licitante deverá apresentar o seu repertório, com pelo menos 12 peças desenvolvidas para o meio digital.





3.6.3.1. O material deve ser apresentado impresso ou em mídia eletrônica e cada peça deverá conter ficha técnica com a identificação da licitante, título, data de produção e atividades realizadas.

3.6.4. A LICITANTE deverá comprovar, inicialmente por meio de **DECLARAÇÃO** descritiva detalhada, que dispõe e mantém espaço físico adequado para abrigar o escritório de divulgação. Deverá ser organizado com uma estrutura administrativa que possibilite o perfeito desempenho dos recursos humanos, máquinas e equipamentos.

3.6.4.1. **A declaração deve conter:**

a) Detalhamento dos espaços físicos para acomodar as equipes (equipe de planejamento estratégico, equipe de monitoramento e equipe de criação e produção);

b) Detalhamento das máquinas e equipamentos utilizados pelas equipes (equipe de planejamento estratégico, equipe de monitoramento e equipe de criação e produção);

3.6.4.1.1. A licitante deverá avaliar todo o Termo de Referência e verificar se sua estrutura é compatível com o atendimento do objeto, visto que o SENAR poderá visitar o local para averiguar a veracidade das informações.

3.7. QUALIFICAÇÃO DA EQUIPE TÉCNICA

Para fins de habilitação da **EQUIPE TÉCNICA**, a licitante deverá apresentar comprovação conforme abaixo:

3.7.1. Comprovação de aptidão para o desempenho de atividade **pertinente e compatível com o cargo exigido**, por meio da apresentação de 01 (um) ou mais atestados fornecidos por pessoa jurídica, de direito público ou privado, no qual conste a prestação de serviço e/ou a realização de fornecimento da mesma natureza ou similar ao objeto aqui licitado. O atestado deve ser datado e assinado e deverá conter informações que permitam a identificação correta do contratante e do prestador do serviço, tais como:

- Nome, CNPJ e endereço do emitente da certidão;
- Nome, CNPJ e endereço da empresa que prestou o serviço ao emitente;
- Data da emissão do atestado; e
- Identificação do signatário (nome, cargo ou função que exerce junto à emitente).

3.7.2. A comprovação da formação dos profissionais de cada equipe, assim como, a experiência também poderão ser comprovados conforme segue:

3.7.2.1. A comprovação da escolaridade deverá ocorrer mediante apresentação de cópias (frente e verso) autenticadas dos diplomas/certificados de nível superior e cursos de pós-graduação, devidamente registrados no Ministério da Educação (**declarações de conclusão não terão validade para este objeto de contratação**);

3.7.2.2. A comprovação de experiência dos profissionais em suas respectivas funções poderá ser realizada por meio de anotação em carteira de trabalho, contrato de prestação de serviço ou atestado de capacidade técnica fornecido (s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, devendo ser apresentado (s) em papel timbrado do emitente, constando o nome completo, assinatura, cargo e telefone do signatário, comprovando que o profissional prestou ou está prestando adequada e satisfatoriamente





os serviços.

3.7.3. Caso seja necessária a alteração do profissional indicado no decorrer do contrato, a licitante deverá apresentar toda a documentação do substituto, compatível com a experiência do profissional originariamente indicado, e em conformidade com as regras dispostas neste termo de referência, para aprovação pelo SENAR.

3.7.4. Equipe de Planejamento Estratégico

Quantidade	Formação	Cargo e Experiência
01 Profissional	Formação superior completa em Comunicação, Publicidade e Propaganda, OU Jornalismo, OU Relações Públicas, ou Marketing	<ul style="list-style-type: none">• Analista de redes sociais Experiência em planejamento de ações em plataformas digitais; produção de conteúdos; monitoramento de redes sociais e pesquisa público-alvo.

3.7.5. Equipe de Monitoramento

Quantidade	Formação	Cargo e Experiência
01 Profissional	Formação superior completa em Comunicação, Publicidade e Propaganda, OU Jornalismo, OU Relações Públicas, ou Marketing	<ul style="list-style-type: none">• Social media Experiência em desenvolvimento de conteúdo, monitoramento e interação com o público.

3.7.6. Equipe de Criação e Produção

Quantidade	Formação	Cargo e Experiência
01 Profissional	Formação superior completa em qualquer área	<ul style="list-style-type: none">• Designer Experiência em criação de peças para divulgação.
01 Profissional	Formação superior completa em qualquer área	<ul style="list-style-type: none">• Redator web Experiência em redação publicitária.
01 Profissional	Formação superior completa em qualquer área	<ul style="list-style-type: none">• Desenvolvedor web Experiência em planejamento e desenvolvido de aplicações para web.
01 Profissional	Formação superior completa em qualquer área	<ul style="list-style-type: none">• Ilustrador Experiência em criação de ilustrações para web.





3.7.7. Será **INABILITADA** a licitante que não atender a qualquer um dos itens ou subitens constantes de Habilitação Jurídica, Regularidade Fiscal, Econômico-financeiro, bem como daqueles de **QUALIFICAÇÃO TÉCNICA**, que em resumo, estão dispostos no quadro abaixo:

TABELA DE AVALIAÇÃO			
QUANTIDADE	RECURSOS FÍSICOS E TECNOLÓGICOS	ATENDE	NÃO ATENDE
01 unidade	Comprovação que dispõe e mantém espaço físico adequado		
QUANTIDADE	ATESTADOS DE CAPACIDADE TÉCNICA DA LICITANTE	ATENDE	NÃO ATENDE
01 unidade	Planejamento de comunicação		
01 unidade	Gestão de monitoramento		
01 unidade	Criação de peças para web		
01 unidade	Produção de conteúdo especializado		
01 unidade	Produção de ilustrações		
01 unidade	Desenvolvimento de campanhas com links patrocinados		
QUANTIDADE	EQUIPE DE DESENVOLVIMENTO DE CURSOS	ATENDE	NÃO ATENDE
01 Profissional	Analista de redes sociais		
01 Profissional	Social media		
01 Profissional	Designer		
01 Profissional	Redator web		
01 Profissional	Desenvolvedor web		
01 Profissional	Ilustrador		
AVALIAÇÃO FINAL		HABILITADA OU INABILITADA	

4. DA PROPOSTA DE PREÇOS - ENVELOPE "1"

4.1. O Envelope "1" conterà a "Proposta de Preços", observando o modelo constante no **ANEXO III – Modelo de Proposta**, datada, impressa e assinada, sem emendas, ressalvas, rasuras ou entrelinhas. A proposta deverá ser elaborada com base no VALOR GLOBAL que esteja concorrendo.

4.1.1. Para a apresentação da proposta de preços (Anexo III do Edital), a licitante deve considerar as seguintes informações:

- a) A proposta de preços foi dividida em quatro etapas de trabalho: *Planejamento estratégico, Monitoramento, Criação e produção de peças e Envio de e-mails;*
- b) Os valores da proposta devem considerar o pagamento unitário considerando as unidades de medida de cada item;
- c) Os quantitativos estimados são para produção de ações de comunicação para o período de 12





meses;

- d) Nenhum item da proposta da licitante poderá ultrapassar os **valores unitários máximos** estimados pelo SENAR. Caso ocorra, a licitante estará automaticamente desclassificada;
- e) Será acrescentado ao valor global estimado do contrato a quantia de R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais), que será utilizado para a ETAPA 4: GERENCIAMENTO DE ANÚNCIOS E COMPRA DE CRÉDITOS PARA PUBLICIDADE EM MÍDIAS DIGITAIS.

4.2. As licitantes deverão indicar o prazo de validade das propostas, não inferior a 60 (sessenta) dias corridos, contados da data da entrega das mesmas.

4.3. A proposta deverá ser cotada com todos os custos decorrentes do fornecimento objeto desta licitação, bem como todos os tributos e encargos trabalhistas, previdenciários, comerciais, além de seguros, fretes, deslocamentos de pessoal e de bens, se houverem, e quaisquer outros custos que incidam direta ou indiretamente nesta contratação.

4.4. Na hipótese de discordância entre os preços apresentados, a cotação indicada por extenso prevalecerá sobre a numérica.

4.5. A empresa licitante deverá indicar na sua proposta, o número da Agência e da Conta Corrente para fins de pagamentos.

4.6. Com exceção do item 4.5, serão desclassificadas as empresas que não tenham atendido às condições estabelecidas neste Item.

5. DOS PROCEDIMENTOS

5.1. Os envelopes "1" e "2" deverão ser enviados ou entregues até o dia e hora indicados no preâmbulo deste Edital, no Ed. Antônio Ernesto de Salvo, situado no SGAN 601 – Módulo "K", 1º andar, Brasília (DF), CEP 70.830-021, aos cuidados da Comissão Permanente de Licitação - CPL, sendo vedado o seu recebimento em momento posterior ou local diferente do previsto.

EXAME E CLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

5.2. Após realizada a verificação das Propostas de Preços (Envelope 1) das empresas licitantes, a pregoeira comunicará aos participantes quais são aqueles a continuar no processo licitatório.

5.3. Serão classificadas para a fase dos lances verbais as propostas que atenderem às exigências de apresentação e não apresentarem diferença de preços superior a 15% (quinze por cento) do Menor Preço proposto.

5.4. Quando não forem classificadas no mínimo 3 (três) propostas na forma definida no item anterior, serão classificadas, sempre que atenderem as demais condições definidas neste instrumento convocatório, a de menor preço e as 2 (duas) melhores propostas de preços subsequentes.

5.5. A classificação de apenas 2 (duas) Propostas de Preços não inviabilizará a realização da





fase de lances verbais.

5.6. As propostas que, em razão dos critérios definidos nos itens 5.3 e 5.4, não integrarem a lista de classificadas para a fase de lances verbais, serão consideradas automaticamente desclassificadas do certame.

5.7. Da desclassificação das propostas de preço somente caberá pedido de reconsideração à própria comissão permanente de licitação, com a justificativa de suas razões, a ser apresentado, de imediato, oralmente ou por escrito, na mesma sessão pública em que vier a ser proferida.

5.8. A CPL analisará e decidirá de imediato o pedido de reconsideração, sendo-lhe facultado, para tanto, suspender a sessão pública.

5.9. Da decisão da CPL relativa ao pedido de reconsideração não caberá recurso.

LANCES VERBAIS

5.10. Após a classificação das propostas, terá início a fase de apresentação de lances verbais.

5.11. A pregoeira realizará uma rodada de lances, convidando o autor da proposta de maior preço classificada a fazer o seu lance, e, em seguida, os demais classificados na ordem decrescente de preço.

5.12. Havendo lance, a pregoeira realizará uma nova rodada, começando pelo autor da última proposta de maior preço, e assim sucessivamente, até que, numa rodada completa, não haja mais lance e se obtenha, em definitivo, a proposta de menor preço.

5.13. Só serão considerados os lances inferiores ao último menor preço obtido.

5.14. A licitante que não apresentar lance numa rodada não ficará impedida de participar de nova rodada, caso ela ocorra.

5.15. Não havendo lances verbais na primeira rodada, serão consideradas as propostas escritas de preço classificadas para esta fase.

5.16. A Pregoeira após declarar encerrada a fase de lances verbais, ordenará as propostas em ordem crescente de menor preço.

5.17. Será classificada como primeira colocada do certame a licitante que atender as condições do edital e apresentar o Menor Preço. As demais licitantes, que atenderem às exigências de apresentação da Proposta de Preços, serão classificadas em ordem crescente.

5.18. É facultado à Pregoeira no curso da sessão de lances verbais, fixar diferença mínima entre os mesmos, bem como alterar os parâmetros anteriormente definidos, a fim de evitar o prolongamento excessivo da sessão.





EXAME DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

5.19. Após a classificação da Proposta de Preço, a CEL procederá à abertura dos Documentos de Habilitação (Envelope 2) exclusivamente da licitante classificada como primeira colocada.

5.20. Se entender necessário, a CEL poderá suspender a sessão para exame dos documentos de habilitação, sendo que a sua decisão deverá ser lavrada em Ata própria e divulgada às licitantes participantes diretamente, ou por publicação numa das formas previstas no § 1º do art. 5º, ou ainda por qualquer outro meio formal.

5.21. Após esta divulgação todas as licitantes participantes do certame serão consideradas intimadas da decisão, iniciando-se a partir desta data o prazo recursal.

5.22. Se a licitante classificada em primeiro lugar for inabilitada, proceder-se-á à abertura do envelope de habilitação da licitante classificada em segundo lugar. Caso não ocorra a habilitação da licitante classificada em segundo lugar, a CEL prosseguirá na abertura do Envelope "2" das classificadas seguintes, observando o mesmo procedimento deste item.

5.23. Caso outras licitantes resolvam praticar o preço registrado, a CEL deverá proceder à abertura dos Documentos de Habilitação destas e fazer a verificação da conformidade com as exigências da cláusula terceira deste edital.

DA PROPOSTA DE PREÇOS DEFINITIVA

5.24. Ocorrendo lances verbais, a licitante vencedora deverá apresentar em até 02 (dois) dias úteis seguintes à sessão que declarou a empresa vencedora, a Proposta de Preços Definitiva, no mesmo modelo do Anexo III.

6. DO CRITÉRIO DE JULGAMENTO

Será declarada vencedora deste certame a licitante que tiver a sua proposta classificada e apresentar o **Menor Preço**, desde que considerada habilitada nos termos deste Edital, na forma do **Anexo III – Modelo de Proposta de Preços**.

7. DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

7.1. Somente caberão recursos escritos e fundamentados da decisão que declarar a empresa vencedora (artigo 22 do RLC), no prazo de 02 (dois) dias úteis contados da comunicação desta decisão, os quais serão dirigidos, por intermédio da CEL, ao **Diretor Geral do SENAR**.

7.2. A licitante que puder vir a ter a sua situação efetivamente prejudicada em razão de recurso interposto poderá sobre ele se manifestar no mesmo prazo recursal de 02 (dois) dias úteis, que correrá da comunicação da interposição do recurso, conforme disposto no § 3º art. 22, do Regulamento de Licitações e Contratos do SENAR.

7.3. Os recursos serão julgados pelo **Diretor Geral** ou por quem este delegar competência nos termos do artigo 23 do Regulamento de Licitações e Contratos do SENAR.





7.4. O provimento do recurso importará na invalidação apenas dos atos insuscetíveis de aproveitamento.

7.5. Os recursos terão efeito suspensivo.

7.6. Os recursos deverão ser apresentados por meio de petição circunstanciada e protocolados no horário de 08h às 12h e das 14h às 18h, exclusivamente no **Protocolo do SENAR**, situada na SGAN 601, módulo "K", Ed. Antônio Ernesto de Salvo – 2º subsolo – Brasília - DF.

7.6.1. Não serão considerados os recursos protocolados fora do horário e em local diferente do indicado no item 7.6.

8. DA CONVOCAÇÃO PARA ASSINATURA DO INSTRUMENTO CONTRATUAL

8.1. A Licitante vencedora terá o prazo de 03 (três) dias, contados da data da convocação, para assinar e devolver o instrumento contratual.

8.2. Transcorrido o prazo previsto no subitem anterior sem que a licitante compareça para assinar o instrumento contratual ou recuse em fazê-lo, a Comissão Permanente de Licitação poderá convocar, observando rigorosamente a ordem de classificação, outra licitante classificada 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.

9. DAS PENALIDADES

9.1. A recusa injustificada da licitante adjudicatária 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 máximo de 02 (dois) anos;

10. SOLUÇÃO DOS CASOS OMISSOS

Os casos omissos serão solucionados diretamente pela Comissão Permanente de Licitação, observado o Regulamento de Licitações e Contratos do Serviço Nacional de Aprendizagem Rural, na sua redação atual: <http://www.senar.org.br/sites/default/files/senar/RLC-SENAR.pdf>

11. DA AUTORIDADE COMPETENTE PARA A HOMOLOGAÇÃO DO RESULTADO DA LICITAÇÃO E ADJUDICAÇÃO DO SEU OBJETO

A homologação e adjudicação dos atos deste Pregão Presencial serão efetivadas pelo **Diretor Geral** do SENAR/ADMINISTRAÇÃO CENTRAL ou para quem este delegar competência.





12. DO PAGAMENTO

12.1. Após a entrega do objeto, a LICITANTE apresentará Fatura de Prestação de Serviços, Nota de Serviços ou Nota Fiscal/Fatura, para liquidação e pagamento, na sede do SENAR. O crédito será efetuado em conta bancária indicada pela licitante vencedora em até 10 (dez) dias úteis, contados do aceite do Setor responsável pelo recebimento.

12.2. Para liquidação dos valores relativos à execução do objeto, será ainda observado o que segue:

12.2.1. O SENAR se reserva o direito de recusar-se ao recebimento, bem como de não efetuar o pagamento correspondente, caso o objeto não esteja em estrita conformidade com as Especificações Técnicas constantes do Anexo I – Termo de Referência, proposta de fornecimento e contrato celebrado;

12.2.2. As Faturas de Fornecimento ou de Prestações de Serviços, Notas de Serviços ou Nota Fiscal/Fatura não aprovadas pelo SENAR serão devolvidas a LICITANTE, para as devidas correções, acompanhadas dos motivos de sua rejeição, recontando-se para pagamento o prazo estabelecido no subitem 12.1. deste Edital, a partir da sua reapresentação, sem qualquer tipo de correção de seu valor.

13. DO VALOR ESTIMADO

O valor estimado é de **R\$ 750.000,00 (setecentos e cinquenta mil reais)**, para o período de 12 (doze) meses, conforme pesquisas de preço realizadas no mercado.

14. DOS PEDIDOS DE ESCLARECIMENTOS E DA IMPUGNAÇÃO

14.1. Os pedidos de esclarecimentos deverão ser encaminhados à Comissão Permanente de Licitação, no endereço eletrônico cpl@senar.org.br, até às 18h (dezoito horas) do dia **07/12/2017**.

14.2. As impugnações ao edital deverão ser encaminhadas por requerimento formal, dirigido à Comissão Permanente de Licitação, e protocoladas no endereço descrito no preâmbulo deste Edital, no mesmo prazo estabelecido no item 14.1, apontando de forma clara e objetiva as falhas e/ou irregularidades que entende tê-lo viciado.

14.3. Caberá à Comissão Permanente 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 e os pedidos de esclarecimentos.

14.4. 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 <http://www.senar.org.br/biblioteca/licitacoes>, sem necessidade de reabertura de prazos.





14.5. As respostas aos pedidos de esclarecimentos formulados serão encaminhados via e-mail para todos os licitantes cadastrados e divulgadas mediante publicação de nota no endereço eletrônico: <http://www.senar.org.br/biblioteca/licitacoes>, 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.

15. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

15.1. Serão inabilitadas as licitantes e/ou desclassificadas as propostas que não tenham atendido as condições estabelecidas neste Instrumento Convocatório e seus Anexos. Salvo os casos onde todas as licitantes tenham sido inabilitadas ou todas as propostas tenham sido desclassificadas, onde a CEL poderá fixar um prazo para as licitantes apresentarem nova documentação ou outras propostas escoimadas das causas de suas inabilitações ou desclassificações.

15.2. O **SENAR** se reserva o direito de cancelar esta licitação antes da assinatura do contrato, mediante prévia justificativa, sem que caiba às licitantes qualquer recurso, reclamação ou indenização (art. 40 do RLC).

15.3. A CEL poderá solicitar, a seu critério, esclarecimentos e informações complementares ou efetuar diligências, caso julgue necessário, visando melhor desempenhar suas funções institucionais, desde que disso não decorra a posterior inclusão de documentos que deveriam constar originariamente dos envelopes entregues pelas licitantes, com exceção do previsto no subitem 3.2.1 deste Edital.

15.4. Qualquer alteração neste Edital será comunicada 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 <http://www.senar.org.br/biblioteca/licitacoes>, sem necessidade de reabertura de prazos.

15.5. As empresas interessadas deverão manter-se atualizadas de quaisquer alterações e/ou esclarecimentos sobre o edital, através de consulta permanente ao endereço acima indicado, não cabendo ao **SENAR** a responsabilidade pela não observância deste procedimento.

15.6. Entregues os envelopes 1 e 2 à Comissão Permanente de Licitação e desde que aberto pelo menos um deles, de qualquer um dos licitantes, não será mais permitida a desistência de participação no certame.

15.7. Das sessões públicas serão lavradas atas, as quais serão assinadas pelos membros da CEL e pelas licitantes presentes, se assim o desejarem, com os registros de todas as ocorrências.

15.8. Os envelopes das licitantes ainda lacrados e não utilizados no certame serão disponibilizados para retirada no prazo de até 30 (trinta) dias contados da assinatura do contrato. Decorrido esse prazo, poderá ser providenciada a sua destruição.





15.9. Fica eleito o Foro de Brasília (DF), para dirimir eventual controvérsia que decorra da presente licitação.

15.10. Constituem partes integrantes e complementares deste instrumento os seguintes anexos:

- ✓ Anexo I - Termo de Referência;
- ✓ Anexo IA – Exemplos de Ilustrações;
- ✓ Anexo II – Recibo Edital;
- ✓ Anexo III - Modelo de Proposta de Preços;
- ✓ Anexo V – Minuta de Contrato.

Brasília, 29 de novembro de 2017.

Edian Sinedino de Oliveira
Comissão Permanente de Licitação
Pregoeira





ANEXO I TERMO DE REFERÊNCIA

1. OBJETO

1.1. Contratação de pessoa jurídica para prestação de serviços técnicos especializados, **sob demanda**, de planejamento, desenvolvimento e execução de soluções de comunicação digital para o portal de educação à distância do SENAR, em conformidade com as especificações descritas a seguir.

1.2. Atividades a serem executadas:

- a) Desenvolvimento de serviços de comunicação, publicidade e estratégias de marketing digital para o EAD SENAR para uso exclusivo na Internet;
- b) Atendimento, estudo, planejamento, concepção, produção e execução de campanhas publicitárias, promocionais e/ou ações em mídia digital;
- c) Distribuição e negociação de espaços na mídia;
- d) Controle de divulgação;
- e) Monitoramento das redes sociais;
- f) Desenvolvimento de layouts e aplicativos para redes sociais;
- g) Produção de landing pages.

2. DESCRIÇÃO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS

2.1. Elaborar estratégia de comunicação digital para melhorar o acesso às informações sobre o portal EAD SENAR e divulgar os seus cursos;

2.2. As informações sobre o portal e, principalmente, sobre os cursos oferecidos devem ser apresentadas em linguagem atraente e compreensível, incentivando o público para além de conhecer, realizar sua matrícula, participar dos cursos, difundir no seu meio social e contribuir com o seu constante desenvolvimento.;

2.3. A estratégia proposta deve, além de divulgar o portal, acolher as demandas dos interessados e promover sua participação, considerando as particularidades desse público e suas diversas formas de busca de informação, organização, relacionamento e participação. A proposta deve considerar ações voltadas especificamente para pessoas do meio rural;

2.4. Uma estratégia de comunicação pode ser composta por uma ou mais estratégias digitais, que indicará os conteúdos e as plataformas e tecnologias mais apropriadas para o atingimento dos seus objetivos. A possibilidade de interação e a mensuração dos resultados on-line são as principais vantagens das estratégias digitais;

2.5. Trabalhar num contexto que se transforma a cada dia, numa velocidade acelerada, requer um constante olhar sobre as inovações. Para isso, estar presente e acompanhar os assuntos das redes sociais passou a ser vital para perceber os interesses do público e levar a eles um conjunto de serviços que os auxiliem em seu pleno exercício da cidadania. Assim, é preciso adotar iniciativas que levem as





informações até eles, criando um mecanismo de entrega de conteúdo qualificado por meio de plataformas como Facebook, Twitter, Youtube, entre outras;

2.6. Listamos abaixo exemplos de plataformas digitais para redes sociais utilizadas no Brasil:

- **Twitter** – É uma plataforma de “microblogging” na qual é permitido a seus utilizadores enviar mensagens de texto curtas de até 140 caracteres, além de permitir a conversa entre seus usuários via celular ou navegadores web. Ao contrário do e-mail ou mensagens de texto em celulares, essas conversas ocorrem de forma aberta. Os usuários seguem uns aos outros, podendo acompanhar, por meio de uma linha do tempo, o que está sendo dito no momento por seus seguidores. É possível visualizar o conteúdo da plataforma mesmo sem ter um usuário e login. O EAD SENAR aproveita a plataforma como espaço de interação com seguidores e divulgação de informações relevantes – como cursos, ações, notas, notícias e outros documentos. O Twitter também funciona muito bem para o atendimento de dúvidas e solicitações dos público, além de ações de marketing digital e propagação de conteúdo jornalístico.
- **Facebook** – Plataforma digital para redes sociais que permite a propagação de conteúdo multimídia (fotos, áudio, vídeo, texto, aplicativos de interação) entre pessoas relacionadas por vínculo de compartilhamento (amizade) previamente aceito. O Facebook apresenta ainda recursos como criação de páginas institucionais, eventos, grupos/comunidades de discussão e compartilhamento de conteúdo. Além do aspecto relacional, a plataforma agrega o serviço de “microblogging”, por meio do qual o usuário pode publicar mensagens e divulgar conteúdos multimídia. Esses conteúdos são mais ou menos propagados de acordo com uma hierarquização definida pelo voto dos usuários por meio do botão “Curtir”. É preciso ser cadastrado à plataforma – com usuário e login – para ter acesso aos conteúdos. O EAD SENAR pode aproveitar a plataforma como espaço de divulgação de conteúdo multimídia, promoção de campanhas de engajamento, além de divulgação de eventos e solenidades e esclarecimento de dúvidas.

2.6.1. No entanto, para que o meio seja utilizado de maneira eficiente na comunicação, é necessário criar estratégias inovadoras e consistentes, a partir de demandas dos diversos públicos, e mantê-los atualizados com relação a conteúdo e forma;

2.7. Para a execução, a contratada deve, obrigatoriamente, possuir quantitativo suficiente de profissionais, além de estrutura administrativa habilitada, que deverá estar disponível para o cumprimento e execução dos produtos e serviços, objeto da contratação, e que excepcionalmente poderão ser requisitados para alocação, nas dependências da contratante, por tempo determinado, de forma a atender as demandas com a qualidade e prazo exigidos;

2.8. Será de responsabilidade das contratadas prover, aos seus profissionais, a infraestrutura necessária de equipamentos e suprimentos, constituída de microcomputadores, softwares, equipamento de videoconferência, ferramentas tecnológicas e demais recursos, de forma a garantir a perfeita execução dos produtos e serviços.

3. DESENVOLVIMENTO DE SOLUÇÕES DIGITAIS

3.1. A execução contratual exigirá o domínio do processo de construção de soluções digitais, mediante a utilização adequada das plataformas e tecnologias, as quais darão origem a estratégias, com o objetivo de promover a divulgação da educação a distância do SENAR e propagação dos conteúdos junto ao público alvo, a fim de captar alunos para participação de cursos disponíveis no portal;





3.2. Compreende-se por conteúdo digital toda peça capaz de informar, educar, formar ou orientar o público-alvo, são elas:

3.2.1. Textos (posts, notícias, artigos, entrevista, etc.);

3.2.2. Imagens (fotos, ilustrações, infográficos, banners, etc.);

3.2.3. Apresentações;

3.2.4. Áudios (podcast, spot);

3.2.5. Vídeos (colagem, reportagem, documentário, entrevista, etc.).

3.3. Entende-se por plataformas/tecnologias digitais todo mecanismo capaz de tornar acessível um conteúdo digital:

3.3.1. Website (minissite; hot site; blog, portais, sites temáticos, páginas agregadoras, etc.);

3.3.2. Plataformas digitais de mídias e redes sociais;

3.3.3. E-mail;

3.3.4. Realidades mistas (realidade aumentada, virtualidade aumentada, realidade virtual);

3.3.5. Tecnologias mobile (RFID, mobile tagging, SMS, Bluetooth);

3.3.6. Plataformas digitais de busca (Google, Yahoo, Bing, Wolfram/Alpha, etc.);

3.3.7. Aplicativos, games e entretenimento digital;

3.3.8. Tecnologias inteligentes de voz;

3.3.9. Tecnologias de otimização de marketing em redes sociais e em sistemas de busca;

3.3.10. Vídeo/TV digital;

3.3.11. Apresentador virtual, passeio virtual, maquete digital, revista on-line e outros similares;

3.3.12. Repositórios de conteúdos em formatos diversos.

3.4. Uma estratégia digital resulta da combinação do conjunto de conteúdos digitais produzidos para as diversas plataformas/tecnologias. Abaixo, alguns dos tipos de estratégias digitais que podem ser utilizadas individualmente ou combinadas com outras:

3.4.1. Apresentações;

3.4.2. E-mail marketing;





- 3.4.3. Mobile marketing;
- 3.4.4. Otimização e marketing de mídias sociais;
- 3.4.5. Otimização e marketing de busca;
- 3.4.6. Ativação e viralização de conteúdo;
- 3.4.7. Entretenimento.

4. EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

4.1. ETAPA 1 - PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

4.1.1. A LICITANTE deverá se reunir com a equipe técnica para identificar necessidades de comunicação:

- a) Análise editorial das propriedades digitais;
- b) Análise da arquitetura de informação;
- c) Análise da presença em ferramentas de busca;
- d) Análise da atuação da ativação nas redes sociais;
- e) Mapeamento do conteúdo disponibilizado nos canais de comunicação digital do órgão/tema;
- f) Análise editorial aprofundada do ambiente de comunicação digital;
- g) Análise imagética do ambiente de comunicação digital.

4.1.2. Elaboração de diagnóstico ou estudo inicial da saúde da marca, isto é, análise da percepção da marca EAD SENAR no ambiente digital, redes sociais, blogs, portais e sites especializados, destacando quem são os influenciadores, temas mais comentados, oportunidades e saúde da marca. O estudo inclui os seguintes tópicos:

- a) Volume total de menções da marca nas redes sociais;
- b) Regionalização e origens de menções;
- c) Principais temas comentados;
- d) Análise dos principais influenciadores;
- e) Análise de oportunidades de mercado detectadas;
- f) Análise de rankings de assuntos mais e menos falados;





- g) Análise da saúde do tema (por polarização – positivo/negativo);
- h) Análise da percepção do público sobre o segmento de atuação em que a marca está inserida. O estudo deve permitir um detalhamento claro sobre o formato do mercado nas redes sociais, indicando a melhor maneira de trabalhá-lo;
- i) Produção de relatório com recomendação de formas de atuação e adequação (melhorias das referidas propriedades digitais).

4.1.3. PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO (ESTRATÉGICO + MÍDIAS) E PLANEJAMENTO DE CONTEÚDO

a) Planejamento de Comunicação

Planejamento, sob demanda, que determinará o público, as ações e estratégias que serão realizadas por um período de 03 meses. A contratada entregará um documento com a seguinte estrutura mínima:

- Briefing: Identificação da realidade situacional;
- Cenário: Levantamento de informações;
- Análise do ambiente: Análise dos dados e construção de um diagnóstico;
- Público-alvo: Identificação dos públicos envolvidos;
- Objetivos: Determinação de objetivos e metas;
- Estratégia: Definição de como os recursos serão alocados para se atingir determinado objetivo;
- Tática: Estabelecimento de ações necessárias;
- Recursos: Definição de recursos a serem alocados;
- Indicadores: Fixação de técnicas de controle;
- Execução: Implantação do planejamento;
- Custo: Estimativa de valores com base na ata de registro de preços e projeção de aquisição de créditos para publicidade digital;
- Retorno: Avaliação dos resultados.

b) Planejamento de Conteúdo

Todas as atividades do Monitoramento deverão estar ligadas às estratégias adotadas no Planejamento de Comunicação e Planejamento de Conteúdo, e deverão definir as seguintes diretrizes:

- Diretrizes editoriais para criação de infográficos;





- Diretrizes editoriais para criação e edição de vídeos;
- Indicação de produção de novos conteúdos com definição de pautas e formatos;
- Mapeamento de conteúdos relevantes de outros portais relacionados;
- Diretrizes editoriais para criação de títulos, chamadas, tratamento de textos e aplicação de políticas de tagueamento (VCGE), definição de macrotemas e construção de mapa de conteúdos. O planejamento de conteúdo orientará as etapas de macroarquitetura padrão, projeto editorial e produção de conteúdo;
- Detalhamento da linha visual e concepção de manual para montagem e facilitação do desenvolvimento e implementação. Esse guia visa garantir a consistência do trabalho de design e arquitetura de informação projetados nas etapas seguintes de desenvolvimento, e reunirá todos os artefatos produzidos em design e arquitetura, além de fornecer o mapa de elementos, documento que descreve todos os componentes interativos e seus respectivos comportamentos na interface com o usuário. Ademais explicitará a padronização visual adotada na solução, desde padrões gerais, como cor e formas, até modelos gerais de telas e condições gerais do projeto (especificações que dizem respeito ao ambiente como comportamento no browser, cores e tipografia), elementos gerais (especificações de elementos que aparecem em todo o ambiente ou na maioria das páginas como header e rodapé) e elementos específicos. Na parte relativa ao conteúdo, o guideline documenta o estilo da comunicação e regras do discurso on-line;
- Detalhamento da linha visual para todas as mídias sociais que o EAD SENAR participe.

c) Dos Pagamentos do Planejamento Estratégico:

- 30% - Entrega do Planejamento de Comunicação anual
- 17,5% - Entrega do Planejamento de Comunicação 1º trimestre
- 17,5% - Entrega do Planejamento de Comunicação 2º trimestre
- 17,5% - Entrega do Planejamento de Comunicação 3º trimestre
- 17,5% - Entrega do Planejamento de Comunicação 4º trimestre

d) Dos Produtos Entregáveis:

d.1.) Arquivo texto contendo as informações detalhadas do Planejamento de Conteúdo e proposições que orientarão a produção de conteúdo do site/portal do órgão/tema para o período de 03 (três) meses;

d.2) Arquivo de apresentação gráfica contendo as diretrizes e proposições resumidas;

d.3) Relatório de execução mensal para efeito de pagamento.

4.2. ETAPA 2 - MONITORAMENTO

a) Gestão, sob demanda, das menções da marca EAD SENAR, bem como da repercussão das ações da empresa nesses canais. O monitoramento contínuo inclui o relacionamento com o público, análises de métricas relevantes e ações emergenciais de acordo com o que for detectado. A CONTRATADA deve





utilizar aplicativo/ferramenta digital de monitoramento, administração e mensuração de mídias sociais;

b) A Contratada deverá disponibilizar sempre atualizado ao SENAR um banco de dados digital e online com todas as criações em arquivos abertos e fechados. Os arquivos deverão ser nomeados por data e palavras chave da criação das peças.

4.2.1. GESTÃO DE MONITORAMENTO

a) Acompanhar de forma permanente (24 horas por dia e 7 dias por semana) a imagem do EAD SENAR em veículos online e redes sociais. O monitoramento deve indicar sua repercussão, reputação, evolução de sentimento, principais influenciadores e demais informações estratégicas para a tomada de decisões. Bem como possibilitar automação de marketing, nutrição de leads, criação de landing pages (páginas de conversão) para oferecer conteúdos exclusivos através de formulários e acompanhar o desempenho de campanhas de e-mail marketing;

b) Situações que indiquem possíveis repercussões com alto volume devem ser alertadas e apontadas soluções, especialmente aquelas que possam gerar crise. O resultado deve ter clareza na apresentação dos dados. A análise deve responder os porquês dos dados e não só os números pelos números, ou seja, explicar as razões pela qual determinado tema está positivo/negativo, o que está gerando esse efeito e exemplos de posts/notícias que comprovem esta explicação. Além disso, deverá fazer o acompanhamento dos leads gerados visando resultado em vendas. Desta forma, será imprescindível o cumprimento dos seguintes requisitos:

- Análise das menções da marca, bem como da repercussão das ações da empresa nos canais (até 5.000 menções/mês);
- Monitoramento de interações das pessoas com a marca e com as postagens;
- Monitoramento das postagens com métricas, análise, avaliação de resultados;
- Monitoramento de menções e temperatura de humor;
- Monitoramento de resultados de ações e campanhas;
- Indicadores de desempenho (KPIs);
- Entrega e apresentação de relatório mensal.

c) Poderão, no curso do contrato, sem nenhum ônus para o SENAR, serem inseridas até 10 (dez) redes de mídias sociais detectadas como estratégicas que devam, por essa razão, ser obrigatoriamente monitoradas e analisadas pela CONTRATADA;

d) A CONTRATADA deverá utilizar, para a realização do serviço, software(es) específico(s) para monitoramento de mídias sociais, a ser chamado de sistema de monitoramento, que apresente, minimamente, os requisitos:

- Monitorar 24 (vinte e quatro) horas por dia, 7 (sete) dias por semana, durante a vigência do contrato, as redes sociais em que o EAD SENAR estiver presente;
- Garantir o armazenamento de todo o histórico dos termos, citações, leads, conversões, suas respectivas fontes de tráfego, as campanhas de e-mail recebidas/abertas/clicadas e o histórico





de interações com a empresa em mídias sociais, monitorados pelo sistema, por meio da manutenção de um banco de dados.;

- Relatório mensal – deve trazer um resumo dos fatos do mês (o que mais teve relevância, seja ela positiva ou negativa), tendências de temas quentes para o mês e o que tem potencial de continuar na pauta (por exemplo, algum tema de veículo ou imprensa que esteja repercutindo nas redes sociais);
- Alertas (corpo do e-mail) – organizar uma régua de corte de crise (por volumes de menções) e pesar bem o que merece ou não alertar;
- O sistema de monitoramento deverá possuir interface web, em português do Brasil, que permita o acompanhamento remoto pela equipe técnica do SENAR.

e) Dos Produtos Entregáveis: Entrega de relatório mensal de atividades executadas e com os resultados do monitoramento.

4.3. ETAPA 3 - CRIAÇÃO E PRODUÇÃO

a) Criação e produção das peças, de acordo com o planejamento de comunicação e planejamento de conteúdo, adequadas ao briefing, desenvolvidas com clareza, objetividade, inteligibilidade, apresentação didática, criatividade e atratividade;

b) A identidade visual para campanhas online e a criação de peças online, não deverão ser uma mera adaptação das peças off-line, pois elas devem ser relevantes para a mídia digital e deverá ter características alinhadas ao meio;

c) A CONTRATADA deverá disponibilizar sempre atualizado ao SENAR um banco de dados digital e online com todas as criações em arquivos abertos e fechados. Os arquivos deverão ser nomeados por data e palavras chave da criação das peças.

4.3.1. CRIAÇÃO E PRODUÇÃO DE PEÇAS EM QUALQUER FORMATO SEM ANIMAÇÃO

a) Produção e criação de peças digitais adequadas ao briefing, com clareza, objetividade, inteligibilidade, apresentação didática, criatividade e atratividade, seguindo as definições do planejamento de conteúdo, e que não deverão ser uma mera adaptação das criação e produção de peças para comunicação digital entregues;

b) Dos Produtos Entregáveis: Arquivo em formato sem animação, em formato aberto e finalizado para publicação.

4.3.2. PRODUÇÃO DE CONTEÚDO EM LÍNGUA PORTUGUESA NÃO ESPECIALIZADO

a) Elaboração, produção, criação, revisão, formatação, tagueamento de texto com linguagem específica para a web (webwriting) e com conteúdo não especializado. O material deve atender ou responder às necessidades e/ou problemática apontada pelo SENAR e deve utilizar fontes confiáveis;

b) Não pode conter erros gramaticais, recomendações que firam a legislação pública, aplicação equivocada das marcas, deixar de contemplar as orientações do SENAR;

c) O conteúdo poderá ser utilizado para produção dos seguintes materiais: Newsletter, e-mail





marketing, notas de divulgação, notícia, artigo, informativo, conteúdo para site ou hotsite, anúncios, etc.

4.3.3. PRODUÇÃO DE CONTEÚDO EM LÍNGUA PORTUGUESA ESPECIALIZADO

- a) Elaboração, produção, criação, revisão, formatação, tagueamento de texto com linguagem específica para a web (webwriting) e com conteúdo especializado (envolve conhecimento técnico e, possivelmente, contratação de especialista). O material deve atender ou responder às necessidades e/ou problemática apontada pelo SENAR e deve utilizar fontes confiáveis;
- b) Não pode conter erros gramaticais, recomendações que ferem a legislação pública, aplicação equivocada das marcas, deixar de contemplar as orientações do SENAR.;
- c) O conteúdo poderá ser utilizado para produção dos seguintes materiais: Newsletter, e-mail marketing, notas de divulgação, notícia, artigo, informativo, conteúdo para site ou hotsite, anúncios, etc.

4.3.4. E-MAIL MARKETING SEM ANIMAÇÃO (ARTE +PRODUÇÃO DO HTML)

- a) Produção de layout com conteúdo produzido a partir do entregável referente ao subitem 4.3.3. Diagramação e implementação da peça em uma página html com links e códigos para mensuração;
- b) Contempla, também, o disparo da peça finalizada utilizando ferramenta específica, direcionada a base de e-mails fornecida pelo SENAR, com acompanhamento de resultados e análise de relatórios;
- c) Dos Produtos Entregáveis:
 - c.1) Arquivo em formato sem animação, em formato aberto e finalizado para publicação;
 - c.2) Entrega de relatório de execução e resultados.

4.3.5. LAYOUT PERSONALIZADO PARA MÍDIA SOCIAL

- a) Produção de layout e alteração com as devidas adaptações para todas as mídias sociais que o EAD SENAR participa;
- b) Algumas ferramentas permitem personalização em três níveis. Quando possível, reposicionar os elementos (wireframe), personalizar o visual (layout) e criar objetos personalizados, como widgets, games e mashups (desenvolvimento). Quando a mídia social não permitir, personalizar somente o layout;
- c) Dos Produtos Entregáveis:
 - c.1) Arquivo em formato aberto e finalizado publicado com o pacote de todos os arquivos adaptados para as mídias sociais;
 - c.2) Entrega de relatório mensal.

4.3.6. ÁUDIO / PODCAST / SPOT

Minuto finalizado de áudio, podcast ou spot elaborado a partir de um briefing e pauta previamente aprovados. Incluído gravação, locução, edição e mixagem de feitos, vozes e trilhas.





4.3.7. ILUSTRAÇÃO 2D - BAIXA COMPLEXIDADE

- a) Recurso gráfico ou outro elemento ilustrativo, configurado como objeto de aprendizagem, que se destina a auxiliar na compreensão dos conteúdos técnicos abordados aos quais a ilustração está associada;
- b) É uma ilustração estática de um único objeto ou pessoa sem complexidade, elaborado em p&b e/ou em cores - traço simples;
- c) Dos Produtos Entregáveis: Mídia digital com documentos em formato PDF e arquivos editáveis.

Observação: Criação de ícones, gráficos e tabelas não são contemplados nesses itens, pois já serão desenvolvidos no projeto gráfico, **exemplos no Anexo I deste documento.**

4.3.8. ILUSTRAÇÃO 2D - MÉDIA COMPLEXIDADE

- a) Recurso gráfico ou outro elemento ilustrativo, configurado como objeto de aprendizagem, que se destina a auxiliar na compreensão dos conteúdos técnicos abordados aos quais a ilustração está associada;
- b) É uma ilustração que representa uma ação de objeto ou pessoa com média complexidade, elaborado em preto e branco (p&b) e/ou em cores, com pouca profundidade, texturas, cores e traço com maior detalhamento;
- c) Dos Produtos Entregáveis: Mídia digital com documentos em formato PDF e arquivos editáveis.

Observação: Quanto a letra “b” acima, existem **exemplos no Anexo I** deste documento.

4.3.9. ILUSTRAÇÃO 2D - ALTA COMPLEXIDADE

- a) Recurso gráfico, outro elemento ilustrativo ou infográfico, configurado como objeto de aprendizagem, que se destina a auxiliar na compreensão dos conteúdos técnicos abordados aos quais a ilustração está associada.
- b) É uma ilustração que representa mais de uma ação de objetos ou pessoas com alta complexidade, elaborado em preto e branco (p&b) e/ou em cores, com profundidade, texturas, cores e traços detalhados.
- c) Dos Produtos Entregáveis: Mídia digital com documentos em formato PDF e arquivos editáveis.

Observação: Quanto a letra “b” acima, existem **exemplos no Anexo I**.

4.3.10. BANCO DE IMAGENS

- a) A empresa disponibilizará banco de imagens com acervo mínimo de 1.000.000 (um milhão) de imagens (fotos, ilustrações e imagens vetoriais) de caráter informativo e ilustrativo, com resolução mínima de 1.000 x 700 pixels e 300 dpi, permitindo a realização de 100 (cem) imagens para downloads/mês (1.200 por ano), durante toda a vigência da contratação. O acervo deverá conter, imagens que incluam imagens voltadas à área rural brasileira, mostrando a diversidade étnica, sócio-econômico-cultural brasileira, abrangendo dentre outros temas: campo, fazendas, plantas, educação ambiental, qualidade de vida, esportes, inovação, tecnologia, negócios, sustentabilidade, saúde e segurança no trabalho e cultura.





b) Dos Produtos Entregáveis: 05 contas para acesso (Usuário e senha), com possibilidade de controle da quantidade de imagens baixadas.

4.3.11. LANDING PAGE

Criação de layout, texto e produção html de página criada exclusivamente para que o usuário encontre informações sobre uma ação determinada. Poderá ser utilizada como resultado de uma busca (orgânica ou link patrocinado) ou como página de destino originada em peças ou campanhas (banner, e-mail marketing, hot site etc).

4.3.12. DISPARO - ANÚNCIOS DIGITAIS PARA WEB E MÍDIA DIGITAL (ESTÁTICO)

Disparo de peças, newsletter ou e-mail marketing, sem ou com animação, para a base de dados fornecida pelo SENAR. Considerar o valor a cada 50.000 disparos.

4.4. ETAPA 4: GERENCIAMENTO DE ANÚNCIOS E COMPRA DE CRÉDITOS PARA PUBLICIDADE EM MÍDIAS DIGITAIS

a) Gerenciamento de anúncios com compras de crédito para mídia rotineira em mídias digitais ao preço que a ferramenta cobra, sem adicional de comissão de mídia ou honorários, monitoramento de desempenho de postagens impulsionadas, anúncios e links patrocinados e propostas diferenciadas de investimento no meio digital. Desta forma, será obrigatório o cumprimento dos seguintes requisitos:

a.1) Criar e ativar anúncios e links patrocinados para as mídias digitais do SENAR mediante solicitação e aprovação da CONTRATANTE;

a.2) configurar e monitorar o desempenho dos anúncios veiculados para melhor otimização e performance dos conteúdos divulgados.;

a.3) deverá dominar todos os processos de criação, segmentação, edição e otimização de anúncios e de Search Engine Optimization – SEO, em mídias digitais, incluindo o portal do SENAR/Central;

a.4) possuir ferramenta que possibilite a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária realizada na internet;

a.5) acompanhar e gerenciar a totalidade dos resultados obtidos em ações de mídia digital/redes sociais que estejam sob sua responsabilidade dominando as estratégias de investimentos específicas de cada plataforma digital;

a.6) Realizar a compra anual em mídias digitais, no valor mínimo de R\$ 30.000,00 (trinta mil reais) e máximo de R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais);

a.7) adequar à forma de pagamento conforme exigência de cada ferramenta, como por exemplo,





cartão de crédito internacional, considerando que o pagamento de encargos, variação cambial e IOF serão de responsabilidade da CONTRATADA;

a.8) gerar relatórios sempre que solicitado pela CONTRATANTE com o levantamento dos indicadores de investimentos e resultados pertinentes a cada ferramenta, como por exemplo: alcance do anúncio, clique por anúncio, conversão, valor por clique, investimento total, período do investimento, valor por palavra-chave, impressões; assim como levantamento dos resultados atingidos de forma segmentada e detalhada a cada ferramenta;

b) Dos Produtos Entregáveis: Arquivo de texto ou apresentação com as seguintes informações:

b.1) Análise do desempenho de comunicação digital nos ambientes receptivos, para subsidiar ações nas mídias sociais, mídia on-line, search engine marketing, mobile advertising e demais ações interativas;

b.2) Indicação nos gráficos, das principais ocorrências;

b.3) Indicação de dados de performance do site/portal e mídias sociais: acessos, visitas, localidades, tipos de conexões;

b.4) Cruzamento: Planejamento das páginas principais X Ocorrências do mês X Resultados;

b.5) Análises de impactos de acessos a novos conteúdos e novas funcionalidades inseridas no site/portal durante a semana;

b.6) Análises dos picos e vales;

b.7) Relação de ocorrências relevantes.

5. ESTRUTURA FÍSICA, TECNOLÓGICA E DE RECURSOS HUMANOS

(todos os detalhes e exigências estão definidos no Edital)

6. PREENCHIMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

Para a apresentação da proposta de preços (ANEXO III), a licitante deve considerar as seguintes informações:

a) A proposta de preços foi dividida em quatro etapas de trabalho: *Planejamento estratégico, Monitoramento, Criação e produção de peças e Envio de e-mails;*

b) Os valores da proposta devem considerar o pagamento unitário considerando as unidades de medida de cada item;

c) Os quantitativos estimados são para produção de ações de comunicação para o período de 12 meses;

d) Nenhum item da proposta da licitante poderá ultrapassar os **valores unitários máximos** estimados





pelo SENAR. Caso ocorra, a licitante estará automaticamente desclassificada;

e) Será acrescentado ao valor do contrato a quantia de R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais), que será utilizado para a ETAPA 4: GERENCIAMENTO DE ANÚNCIOS E COMPRA DE CRÉDITOS PARA PUBLICIDADE EM MÍDIAS DIGITAIS.

7. VALORES MÁXIMOS DE REFERÊNCIA PARA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA

PLANILHA DE PREÇOS - COMUNICAÇÃO DIGITAL					
ETAPA 1 - PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO					
No	ATIVIDADE	REFERÊNCIA	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO MÁXIMO	VALOR TOTAL
1	PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO (ESTRATÉGICO + MÍDIAS) E PLANEJAMENTO DE CONTEÚDO (ANUAL + TRIMESTRAL)	UNIDADE	5	R\$5.500,00	
ETAPA 2 - MONITORAMENTO					
2	GESTÃO DE MONITORAMENTO	MENSAL	12	R\$7.800,00	
ETAPA 2 – CRIAÇÃO E PRODUÇÃO					
3	CRIAÇÃO E PRODUÇÃO DE PEÇAS EM QUALQUER FORMATO SEM ANIMAÇÃO	UNIDADE	156	R\$675,00	
4	PRODUÇÃO DE CONTEÚDO EM LÍNGUA PORTUGUESA NÃO ESPECIALIZADO	LAUDAS	72	R\$325,00	
5	PRODUÇÃO DE CONTEÚDO EM LÍNGUA PORTUGUESA ESPECIALIZADO	LAUDAS	24	R\$500,00	
6	E-MAIL MARKETING	UNIDADE	96	R\$690,00	
7	LAYOUT PERSONALIZADO PARA MÍDIA SOCIAL	UNIDADE	22	R\$3.107,03	
8	ÁUDIO / PODCAST / SPOT	MINUTO	30	R\$600,00	
9	ILUSTRAÇÃO 2D - BAIXA COMPLEXIDADE	UNIDADE	70	R\$350,00	
10	ILUSTRAÇÃO 2D - MÉDIA COMPLEXIDADE	UNIDADE	50	R\$575,00	
11	ILUSTRAÇÃO 2D - ALTA COMPLEXIDADE	UNIDADE	30	R\$800,00	
12	BANCO DE IMAGENS	100 UNIDADES/MÊS	12	R\$543,50	
13	LANDING PAGE	UNIDADE	8	R\$4.500,00	
ETAPA 3 – ENVIO DE E-MAILS					
14	DISPARO - ANÚNCIOS DIGITAIS PARA WEB E MÍDIA DIGITAL (ESTÁTICO)	A CADA 50.000 DISPAROS	96	R\$1.050,00	
				TOTAL	





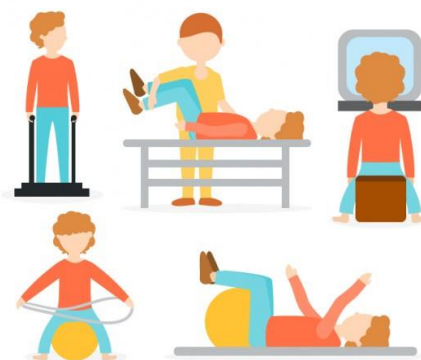
ANEXO IA

○ ILUSTRAÇÃO 2D - BAIXA COMPLEXIDADE



www.shutterstock.com · 363977888

Physiotherapy



designed by freepik.com

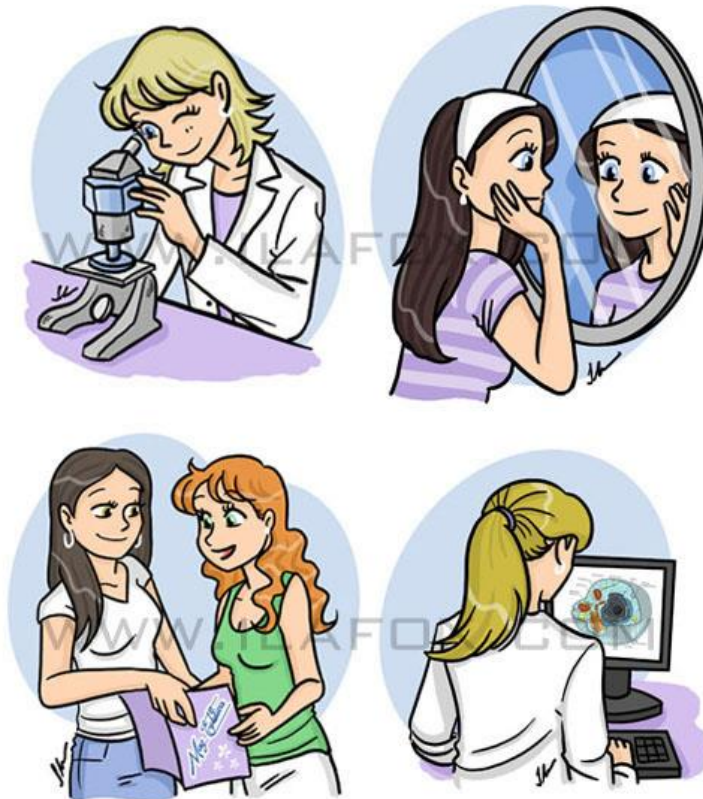




○ ILUSTRAÇÃO 2D - MÉDIA COMPLEXIDADE



WWW.ILAFOX.COM



○ ILUSTRAÇÃO 2D - ALTA COMPLEXIDADE





ANEXO II
RECIBO DE RETIRADA DO EDITAL

OBJETO: Contratação de pessoa jurídica para prestação de serviços técnicos especializados, **sob demanda**, de planejamento, desenvolvimento e execução de soluções de comunicação digital para o portal de educação à distância do SENAR, tudo em conformidade com o Termo de Referência – ANEXO I.

NOME DA LICITANTE: _____

CNPJ Nº.: _____

ENDEREÇO COMPLETO: _____

CEP: _____

TELEFONE(S): (DDD) _____

FAX: _____

E-MAIL: _____

REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA: _____

CARGO: _____

CPF Nº: _____

RG Nº: _____

BANCO: _____ **CONTA CORRENTE:** _____ **AGÊNCIA:** _____

DADOS DO REPRESENTANTE DA EMPRESA QUE PARTICIPARÁ DA SESSÃO PÚBLICA:

NOME: _____

CPF Nº: _____

E-MAIL: _____

TELEFONE CELULAR: _____

TELEFONE FIXO: _____

EM: ____/____/2017.

Nome:

OBS.: Este recibo deverá ser preenchido e enviado para o e-mail cpl@senar.org.br





ANEXO III
MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS
(em papel timbrado da empresa)

CONFORME ANEXO DO EDITAL (ARQUIVO EXCEL)





ANEXO IV MINUTA DE CONTRATO

Processo nº 00142/17

Contrato nº xxx/2017

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

_____.

O **SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM RURAL - SENAR/ADMINISTRAÇÃO CENTRAL**, pessoa 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, sediado 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 pelo Presidente do Conselho Deliberativo, **João Martins da Silva Junior**, brasileiro, casado, administrador e produtor rural, portador da carteira de identidade nº 00.413.001-49, expedida pela SSP/BA, inscrito no CPF sob o nº 002.114.945-34, e a empresa _____, CNPJ _____, endereço _____, telefone: (____) _____; e-mail: _____, representada pelo seu _____ o Sr. ou Sr^a _____, naturalidade, profissão, telefone: (____) _____ e-mail _____, CPF nº _____ e RG nº _____, SSP/UF, doravante denominada **CONTRATADA** tem entre si justo e acordado o presente Contrato de Prestação de Serviços, com fulcro no Regulamento de Licitações e Contratos do SENAR, conforme **Pregão Presencial nº 019/2017**, mediante as seguintes cláusulas e condições:

CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO

1.1. Contratação de pessoa jurídica para prestação de serviços técnicos especializados, **sob demanda**, de planejamento, desenvolvimento e execução de soluções de comunicação digital para o portal de educação à distância do SENAR, em conformidade com as especificações descritas a seguir.

1.2. Atividades a serem executadas:

- a) Desenvolvimento de serviços de comunicação, publicidade e estratégias de marketing digital para o EAD SENAR para uso exclusivo na Internet;
- b) Atendimento, estudo, planejamento, concepção, produção e execução de campanhas publicitárias, promocionais e/ou ações em mídia digital;
- c) Distribuição e negociação de espaços na mídia;
- d) Controle de divulgação;
- e) Monitoramento das redes sociais;
- f) Desenvolvimento de layouts e aplicativos para redes sociais;
- g) Produção de landing pages.

CLÁUSULA SEGUNDA - DA DESCRIÇÃO DOS SERVIÇOS

2.1. Elaborar estratégia de comunicação digital para melhorar o acesso às informações sobre o portal





EAD SENAR e divulgar os seus cursos;

2.2. As informações sobre o portal e, principalmente, sobre os cursos oferecidos devem ser apresentadas em linguagem atraente e compreensível, incentivando o público para além de conhecer, realizar sua matrícula, participar dos cursos, difundir no seu meio social e contribuir com o seu constante desenvolvimento.;

2.3. A estratégia proposta deve, além de divulgar o portal, acolher as demandas dos interessados e promover sua participação, considerando as particularidades desse público e suas diversas formas de busca de informação, organização, relacionamento e participação. A proposta deve considerar ações voltadas especificamente para pessoas do meio rural;

2.4. Uma estratégia de comunicação pode ser composta por uma ou mais estratégias digitais, que indicará os conteúdos e as plataformas e tecnologias mais apropriadas para o atingimento dos seus objetivos. A possibilidade de interação e a mensuração dos resultados on-line são as principais vantagens das estratégias digitais;

2.5. Trabalhar num contexto que se transforma a cada dia, numa velocidade acelerada, requer um constante olhar sobre as inovações. Para isso, estar presente e acompanhar os assuntos das redes sociais passou a ser vital para perceber os interesses do público e levar a eles um conjunto de serviços que os auxiliem em seu pleno exercício da cidadania. Assim, é preciso adotar iniciativas que levem as informações até eles, criando um mecanismo de entrega de conteúdo qualificado por meio de plataformas como Facebook, Twitter, Youtube, entre outras;

2.6. Listamos abaixo exemplos de plataformas digitais para redes sociais utilizadas no Brasil:

- **Twitter** – É uma plataforma de “microblogging” na qual é permitido a seus utilizadores enviar mensagens de texto curtas de até 140 caracteres, além de permitir a conversa entre seus usuários via celular ou navegadores web. Ao contrário do e-mail ou mensagens de texto em celulares, essas conversas ocorrem de forma aberta. Os usuários seguem uns aos outros, podendo acompanhar, por meio de uma linha do tempo, o que está sendo dito no momento por seus seguidores. É possível visualizar o conteúdo da plataforma mesmo sem ter um usuário e login. O EAD SENAR aproveita a plataforma como espaço de interação com seguidores e divulgação de informações relevantes – como cursos, ações, notas, notícias e outros documentos. O Twitter também funciona muito bem para o atendimento de dúvidas e solicitações dos público, além de ações de marketing digital e propagação de conteúdo jornalístico.
- **Facebook** – Plataforma digital para redes sociais que permite a propagação de conteúdo multimídia (fotos, áudio, vídeo, texto, aplicativos de interação) entre pessoas relacionadas por vínculo de compartilhamento (amizade) previamente aceito. O Facebook apresenta ainda recursos como criação de páginas institucionais, eventos, grupos/comunidades de discussão e compartilhamento de conteúdo. Além do aspecto relacional, a plataforma agrega o serviço de “microblogging”, por meio do qual o usuário pode publicar mensagens e divulgar conteúdos multimídia. Esses conteúdos são mais ou menos propagados de acordo com uma hierarquização definida pelo voto dos usuários por meio do botão “Curtir”. É preciso ser cadastrado à plataforma – com usuário e login – para ter acesso aos conteúdos. O EAD SENAR pode aproveitar a plataforma como espaço de divulgação de conteúdo multimídia, promoção de campanhas de engajamento, além de divulgação de eventos e solenidades e esclarecimento de dúvidas.





2.6.1. No entanto, para que o meio seja utilizado de maneira eficiente na comunicação, é necessário criar estratégias inovadoras e consistentes, a partir de demandas dos diversos públicos, e mantê-los atualizados com relação a conteúdo e forma;

2.7. Para a execução, a contratada deve, obrigatoriamente, possuir quantitativo suficiente de profissionais, além de estrutura administrativa habilitada, que deverá estar disponível para o cumprimento e execução dos produtos e serviços, objeto da contratação, e que excepcionalmente poderão ser requisitados para alocação, nas dependências da contratante, por tempo determinado, de forma a atender as demandas com a qualidade e prazo exigidos;

2.8. Será de responsabilidade das contratadas prover, aos seus profissionais, a infraestrutura necessária de equipamentos e suprimentos, constituída de microcomputadores, softwares, equipamento de videoconferência, ferramentas tecnológicas e demais recursos, de forma a garantir a perfeita execução dos produtos e serviços.

CLÁUSULA TERCEIRA - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

3.1. Fornecer a CONTRATADA todas as informações necessárias à execução dos serviços;

3.2. Fiscalizar, conferir e proceder à aceitação dos serviços executados pela CONTRATADA;

3.3. Efetuar os pagamentos nas condições estipuladas neste Contrato;

3.4. Notificar a CONTRATADA, por escrito, sobre imperfeições, falhas ou irregularidades constatadas na execução dos serviços para que sejam adotadas medidas corretivas necessárias;

3.5. Exigir o fiel cumprimento de todos os requisitos estabelecidos no Edital do Pregão Presencial nº 019/2017 e seus Anexos, Contrato de Prestação de Serviço nº ____/2017 e da Proposta de Preços da Contratada, avaliando a qualidade dos serviços apresentados, podendo rejeitá-los no todo ou em parte.

CLÁUSULA QUARTA - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

4.1. Atender às solicitações de serviço encaminhadas pelo CONTRATANTE, executando-a nas condições estabelecidas no Edital do Pregão Presencial nº 019/2017 e seus Anexos, especialmente o ANEXO I – Termo de Referência, Contrato de Prestação de Serviço nº ____/2017 e da Proposta de Preços da Contratada.

4.2. Prestar os serviços discriminados no Anexo I do Edital do Pregão Presencial nº 019/2017, em conformidade com as regras estabelecidas neste contrato e no edital supramencionado.

4.3. Comprovar, a qualquer momento, o pagamento dos tributos que incidirem sobre a prestação dos serviços.

4.4. Dedicar seu melhor esforço e trabalhar em estreita colaboração com a **CONTRATANTE**, de modo a assegurar que o plano de comunicação alcance os objetivos pretendidos e que a instituição obtenha o melhor retorno do seu investimento, seja sob a forma de resultados imediatamente quantificáveis, seja pela agregação contínua de valor à sua marca, conceito ou ideia.

4.5. Implantar no Distrito Federal, caso já não possua, em até 20 (vinte) dias úteis após a data de assinatura do contrato, uma infraestrutura adequada para a execução do objeto do CONTRATO com equipe completa para prestar os serviços objeto deste contrato, conforme definido no Termo de





Referência do Edital do Pregão Presencial.

4.6. Repassar ao SENAR as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agências, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.

4.7. Indicar um Responsável Técnico, em até uma semana após a data de assinatura do contrato, para atendimento às demandas da **CONTRATANTE**.

4.8. Responsabilizar-se pelos danos causados ao SENAR ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo, não excluindo ou reduzindo essa responsabilidade a fiscalização ou o acompanhamento pela **CONTRATANTE**.

4.9. Solucionar todos os eventuais problemas pertinentes ou relacionados com a execução dos serviços objeto deste contrato, mesmo que para isso outra solução não prevista neste tenha que ser apresentada, para aprovação e implementação, sem ônus adicionais para a **CONTRATANTE**.

4.10. Responsabilizar-se por todas as despesas com materiais, mão-de-obra, transportes, hospedagem, equipamentos auxiliares, máquinas em geral, impostos, seguros, taxas, tributos, incidências fiscais e contribuições de qualquer natureza ou espécie, trabalhistas, previdenciárias, salários, custos diretos e indiretos, encargos sociais e quaisquer outros encargos necessários à perfeita execução do objeto deste Contrato.

4.11. Atender às determinações da fiscalização da **CONTRATANTE**.

4.12. 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 pela **CONTRATANTE**.

4.13. Submeter à aprovação prévia da **CONTRATANTE** a subcontratação parcial dos serviços, objeto deste contrato, para sua anuência ou não por escrito, ressaltando-se que a contratada permanecerá com todas as suas responsabilidades contratuais perante a **CONTRATANTE**.

4.14. Utilizar os profissionais indicados em sua proposta técnica para fins de comprovação da capacidade de atendimento na elaboração dos serviços objeto deste contrato, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovado pela **CONTRATANTE**.

4.15. Obter aprovação prévia da **CONTRATANTE**, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.

4.16. Submeter a contratação de terceiros, para a execução e serviços objeto deste contrato, a previa e expressa anuência da **CONTRATANTE**. Nesses casos, a **CONTRATADA** permanece com todas as suas responsabilidades contratuais perante o SENAR.

4.17. Cumprir rigorosamente os prazos de execução dos serviços estabelecidos no Edital do Pregão Presencial nº 019/2017 e seus anexos.

4.18. Comunicar imediatamente à **CONTRATANTE**, qualquer anormalidade verificada, inclusive de ordem funcional, para que sejam adotadas as providências de regularização necessárias.





- 4.19. Providenciar a imediata correção das deficiências apontadas pela Fiscalização quanto à execução dos serviços contratados, objeto desta licitação.
- 4.20. Manter todos os equipamentos e utensílios necessários a execução dos serviços, em perfeitas condições de uso, devendo os danificados serem substituídos imediatamente.
- 4.21. Implantar, de forma adequada, a planificação, execução e supervisão permanente dos serviços, de forma a obter uma operação correta e eficaz, realizando os serviços de forma meticulosa e constante.
- 4.22. Submeter à apreciação e aprovação prévia da **CONTRATANTE** qualquer serviço que deva ser executado.
- 4.23. Em casos de contratação de terceiros para execução, total ou parcial, de serviços estipulados neste instrumento, exigir dos eventuais contratados, no que couber, as mesmas condições do presente contrato.
- 4.24. Responder perante a **CONTRATANTE** e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de sua omissão, na condição dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou por erro seu em quaisquer serviços objeto deste contrato.
- 4.25. 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 contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venha a ser atribuída por força de lei, relacionada com o cumprimento do presente Contrato.
- 4.26. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar a **CONTRATANTE** e de mantê-lo a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará a **CONTRATANTE** e das importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de dez dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.
- 4.27. A inadimplência da **CONTRATADA** com referência aos encargos estabelecidos no item supramencionado não transfere a **CONTRATANTE** a responsabilidade por seu pagamento, nem poderá onerar o objeto do contrato.
- 4.28. Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção da propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato.
- 4.29. Arcar com todas as despesas com tributos, seguros, taxas, incidências fiscais e contribuições de qualquer natureza ou espécie, encargos sociais, trabalhistas, previdenciários, salários e quaisquer outros encargos necessários à perfeita execução do objeto deste Contrato.
- 4.30. Manter o absoluto sigilo sobre quaisquer dados, informações, documentos, especificações técnicas e comerciais dos materiais da **CONTRATANTE**, de que venha a tomar conhecimento ou ter acesso, ou que venham a ser confiados, sejam relacionados ou não com a prestação de serviço objeto desta licitação.
- 4.31. Fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros, para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços, quando a **CONTRATANTE** optar pela execução dos serviços com cessão total e definitiva de direitos autorais e conexos, mediante cláusulas





escritas que: a) explicitem a cessão total e definitiva, por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre as obras de autoria intelectual, aí incluído a criação, produção e direção, a composição, o arranjo e a execução de trilha sonora, as matrizes, os fotolitos e demais trabalhos assemelhados; b) estabeleçam que a **CONTRATANTE** poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência deste Contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os respectivos cedentes.

4.32. Obter para a **CONTRATANTE** a formalização da cessão dos direitos patrimoniais de uso sobre as obras intelectuais (criação, textos, produção, direção, arte-finalização e assemelhados) concebidas, criadas e produzidas em decorrência deste Contrato, total e definitivamente, junto a seus empregados, prepostos, subcontratados e terceiros.

4.33. Obter para a **CONTRATANTE** os licenciamentos/autorizações de uso de imagem, áudio e obras artísticas preexistentes (ou de sua reprodução) durante o prazo de duração do Contrato.

4.34. Seguir todas as especificações sobre a aplicação correta da logomarca e de outras identidades visuais da **CONTRATANTE**, quando for o caso.

CLÁUSULA QUINTA - DOS PREÇOS E CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

5.1. O valor estimado anual do presente contrato é de R\$ _____ (_____) já incluídos todos os tributos e encargos legais, sendo considerado fixo e irrevogável durante o período de vigência desta avença, devendo obedecer aos preços definidos na Proposta de Preços, discriminadas abaixo:

PLANILHA DE PREÇOS - COMUNICAÇÃO DIGITAL					
ETAPA 1 - PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO					
No	ATIVIDADE	REFERÊNCIA	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
1	PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO (ESTRATÉGICO + MÍDIAS) E PLANEJAMENTO DE CONTEÚDO (ANUAL + TRIMESTRAL)	UNIDADE	5		
ETAPA 2 - MONITORAMENTO					
2	GESTÃO DE MONITORAMENTO	MENSAL	12		
3	criação e produção de peças em qualquer formato sem animação	UNIDADE	156		
4	Produção de conteúdo em língua portuguesa não especializado	LAUDAS	72		
5	Produção de conteúdo em língua portuguesa especializado	LAUDAS	24		
6	E-MAIL MARKETING	UNIDADE	96		
7	LAYOUT PERSONALIZADO PARA MÍDIA SOCIAL	UNIDADE	22		
8	ÁUDIO / PODCAST / SPOT	MINUTO	30		
9	ILUSTRAÇÃO 2D - BAIXA COMPLEXIDADE	UNIDADE	70		
10	ILUSTRAÇÃO 2D - MÉDIA COMPLEXIDADE	UNIDADE	50		
11	ILUSTRAÇÃO 2D - ALTA COMPLEXIDADE	UNIDADE	30		
12	BANCO DE IMAGENS	100 UNIDADES/MÊS	12		





13	LANDING PAGE	UNIDADE	8		
14	DISPARO - ANÚNCIOS DIGITAIS PARA WEB E MÍDIA DIGITAL (ESTÁTICO)	A CADA 50.000 DISPAROS	96		
				TOTAL	

5.2. Os valores e as quantidades ora estabelecidos são meramente estimativos, e não se confundem com os valores e quantidades a serem efetivamente fornecidas, não cabendo à **CONTRATADA** quaisquer direitos a indenização ou compensação na hipótese de o referido valor total estimado não ser atingido, seja a que título for.

5.3. Qualquer irregularidade na nota fiscal ou fatura que comprometa a liquidação da obrigação determinará a apresentação de novo documento e nova contagem do prazo para pagamento.

5.4. Nenhuma nota fiscal/fatura de serviços poderá ser apresentada para pagamento após 90 (noventa) dias do mês de competência no qual deveria ter sido efetivamente apresentada para pagamento.

5.5. Os pagamentos a serem efetuados à **CONTRATADA** poderão ser suspensos em virtude de descumprimento de qualquer obrigação que lhe for imposta, decorrente de penalidade ou inadimplência.

5.6. Os pagamentos se farão mediante crédito na conta corrente bancária da **CONTRATADA**, de nº _____, agência _____, Banco _____.

CLÁUSULA SEXTA – DO PRAZO DE VIGÊNCIA

O presente Contrato entra em vigor na data de sua assinatura de ____ de **fevereiro de 2018**, e vigorará até ____ de **fevereiro de 2019**, podendo ser prorrogado, por meio de termos aditivos, até o limite máximo de 60 (sessenta) meses.

CLÁUSULA SÉTIMA - DAS SANÇÕES

7.1. Pela inexecução parcial ou total do contrato, excluídas as hipóteses de caso fortuito e força maior, à **CONTRATADA** poderão ser aplicadas as seguintes penalidades, inclusive cumulativamente:

- Advertência, por escrito;
- Multas, inclusive cumulativamente;
- Suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com os contratantes pelo prazo máximo de até 02 (dois) anos;

7.2. Nas hipóteses de inexecução das obrigações, à **CONTRATADA** poderá ser aplicada multa diária de 0,1% (um décimo por cento) sobre o valor total que lhe é devido no mês em que se der a ocorrência, enquanto perdurar o descumprimento.

7.3. A **CONTRATADA** deverá comunicar, por escrito e justificadamente, as ocorrências de caso fortuito ou força maior impeditivas da prestação dos serviços, no prazo máximo de 2 (dois) dias úteis contados da data da ocorrência, sob pena de não poder alegá-los posteriormente.

7.4. As multas serão cobradas, a critério da **CONTRATANTE**, por uma das formas a seguir enumeradas:





- a) Mediante descontos nos recebimentos a que a contratada tiver direito;
- b) Mediante cobrança judicial.

7.5. As multas poderão ser aplicadas tantas vezes quantas forem as irregularidades constatadas.

7.6. Constituem causas de rescisão, em qualquer tempo, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, sem que a **CONTRATADA** tenha direito a indenização, a qualquer título:

- a) Ceder ou transferir, no todo ou em parte, ou subcontratar os serviços que constituem objeto deste Contrato, sem a prévia autorização escrita da **CONTRATANTE**;
- b) Deixar de cumprir as obrigações previstas no presente contrato;
- c) Ocorrer reincidência, por parte da **CONTRATADA**, em infração contratual que implique na aplicação de multa;
- d) Ocorrer a decretação de falência, concordata ou liquidação judicial ou extrajudicial da **CONTRATADA**.

7.7. Na hipótese de rescisão por parte da **CONTRATANTE**, a **CONTRATADA** terá direito ao recebimento das faturas correspondentes aos serviços que tiverem sido prestados e aceitos.

CLÁUSULA OITAVA- DA RESCISÃO

8.1. O inadimplemento total ou parcial das obrigações contratuais assumidas, dará a **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.

8.2. 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 NONA – DAS COMPLEMENTAÇÕES 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 - DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

As despesas decorrentes deste Contrato correrão por conta dos códigos orçamentários do SENAR/ADM.CENTRAL.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DOS DEMAIS DOCUMENTOS

Para todos os efeitos, integram o presente contrato os seguintes documentos:

- a) Edital do Pregão Presencial nº 019/2017 e todos os seus Anexos;
- b) Proposta da **CONTRATADA**;

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DO ACOMPANHAMENTO

A execução do contrato será acompanhada por *NONONONONONON*, empregada componente do





quadro de pessoal do SENAR.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Será de inteira e total responsabilidade da **CONTRATADA**, todas as despesas decorrentes do fornecimento, inclusive salários de seus empregados, taxas, impostos, custos administrativos, encargos sociais e outras despesas que porventura surjam ou venham a ser criadas.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DOS CASOS OMISSOS

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

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DO FORO

15.1. Fica eleito o foro do Distrito Federal para dirimir qualquer dúvida resultante do cumprimento deste Contrato.

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

Brasília-DF, de de 2017.

João Martins da Silva Junior
Presidente do Conselho Deliberativo
SENAR

Representante legal
CONTRATADA

