



TERMO DE REFERÊNCIA

TERMO DE REFERÊNCIA PARA TOMADA DE PREÇOS
REGIDO PELA LEI FEDERAL Nº 8.666/93 - LEI
COMPLEMENTAR Nº 123/02.



1. DAS UNIDADES GESTORAS REQUISITANTES

- 1.1. Secretaria Municipal da Casa Civil;
- 1.2. Secretaria Municipal do Turismo e Cultura;
- 1.3. Secretaria Municipal da Educação.

2. DO OBJETO

- 2.1. O presente termo tem por objeto a CONTRATAÇÃO DE EMPRESA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PLANEJAMENTO, DESENVOLVIMENTO E EXECUÇÃO DE SOLUÇÕES DE COMUNICAÇÃO DIGITAL, PARA ATENDER AS DIVERSAS SECRETARIAS DO MUNICÍPIO DO ARACATI/CE.
- 2.2. Este objeto será realizado através de licitação na modalidade TOMADA DE PREÇOS, tipo MENOR PREÇO, critério de julgamento MENOR PREÇO GLOBAL, regime de execução INDIRETA POR DEMANDA.

3. DA JUSTIFICATIVA

- 3.1. Uma das atribuições da gestão municipal é a construção de espaços permanentes de diálogo e articulação entre as diversas áreas da administração direta e indireta e sua comunicação com a sociedade.
- 3.2. Por meio da execução de ações de comunicação, a Prefeitura de Aracati relaciona-se de forma direta com o conjunto da sociedade municipal proporcionando ao cidadão o direito à informação.
- 3.3. A comunicação social da Prefeitura de Aracati tem como objetivos principais:
 - a) Dar amplo conhecimento à sociedade das políticas e programas do Poder Executivo municipal;
 - b) Divulgar os direitos do cidadão e serviços colocados à sua disposição;
 - c) Estimular a participação da sociedade no debate e na formulação de políticas públicas municipais;
 - d) Disseminar informações sobre assuntos de interesse público dos diferentes segmentos sociais;



e) Promover o Aracati em nível regional, federal e até mesmo no exterior.

3.4 A comunicação digital pode contribuir para o atingimento de todos esses objetivos. Cada vez mais, as estratégias de marketing tradicionais passam a utilizar plataformas e tecnologias digitais para atender os objetivos de comunicação, tornando a estratégia mais completa e efetiva.

3.5. No âmbito da comunicação digital cabe à PREFEITURA:

- a) Definir a adoção de critérios de identidade visual da prefeitura nos sítios e portais dos órgãos e entidades do Poder Executivo municipal na Internet;
- b) Definir diretrizes para a comunicação digital nos sítios e portais dos órgãos e entidades do Poder Executivo municipal.

3.6. Para atuação nessa área é fundamental dominar o processo de construção de soluções digitais, utilizando de forma correta as plataformas e tecnologias digitais. No ambiente digital, podemos enumerar diversas tecnologias e plataformas digitais que podem dar origem a uma ou várias estratégias digitais.

3.7. 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 objetivos da estratégia. A possibilidade de interação e a mensuração dos resultados *online* são as principais vantagens das estratégias digitais.

3.8. No Brasil, o número de pessoas que utilizam plataformas e tecnologias digitais tem crescido de maneira considerável nos últimos anos, o que tem motivado empresas e governos a tirar proveito dos inúmeros benefícios que eles oferecem. Trabalhar num contexto que se transforma a cada dia, numa velocidade acelerada, requer um constante olhar sobre as inovações que surgem.

3.9. Na área pública, essas plataformas e tecnologias têm sido utilizadas para prestar informações, mobilizar, engajar, educar e oferecer facilidades por meio dos inúmeros serviços on-line disponibilizados aos cidadãos. Vivemos a era da colaboração e da participação social, onde tão importante quanto entregarmos conteúdos ou serviços ao cidadão, a exploração desses processos de co-criação junto ao público-alvo, estabelecem uma efetiva relação entre governo e sociedade.

3.10. Para isso, estar presente e monitorar os assuntos das redes sociais passou a ser vital para perceber os interesses dos cidadãos 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 através de plataformas como Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, Wikipedia, dentre outras.



3.11. Juntamente da atuação em redes sociais se faz necessária a correta mensuração das atividades nestes ambientes. O esforço aplicado na definição de métricas de sucesso (indicadores de desempenho) atrelado aos objetivos estratégicos de cada negócio é o maior valor que as empresas vêm buscando rumo a uma atuação mais estratégica, mensurável e que traduza melhor o retorno sobre o investimento e o engajamento nesse ambiente. No entanto, para que o meio seja utilizado de maneira eficiente na comunicação, é necessário criar estratégias digitais inovadoras e consistentes, a partir de demandas dos diversos públicos, e mantê-los atualizados com relação a conteúdo e forma.

3.12. Diante disso, a contratação se faz necessária para que a Prefeitura de Aracati possa desempenhar suas competências no que diz respeito à comunicação digital no âmbito do Poder Executivo Municipal.



4. DA ESTIMATIVA, QUANTITATIVOS E ESPECIFICAÇÕES DO OBJETO

Item	Especificação	Und.	Qtd.	Vr. Médio Mensal	Vr. Médio Global
01	Prestação de serviços de planejamento, desenvolvimento e execução de soluções de comunicação digital, a serem realizados na forma de execução indireta mensal, para atender a Secretaria Municipal da Casa Civil.	Mês	12	R\$ 19.000,00	R\$ 228.000,00
02	Prestação de serviços de planejamento, desenvolvimento e execução de soluções de comunicação digital, a serem realizados na forma de execução indireta mensal, para atender a Secretaria Municipal do Turismo e Cultura.	Mês	12	R\$ 19.833,33	R\$ 238.000,00
03	Prestação de serviços de planejamento, desenvolvimento e execução de soluções de comunicação digital, a serem realizados na forma de execução indireta mensal, para atender a Secretaria Municipal da Educação.	Mês	12	R\$ 19.833,33	R\$ 238.000,00

4.1. ESPECIFICAÇÃO DO OBJETO

4.1.1. A Contratada deverá atuar no atendimento das demandas de comunicação digital da Prefeitura Municipal de Aracati, por meio de serviços de planejamento, desenvolvimento e execução de soluções de comunicação digital.

4.1.2. 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 e propagação dos conteúdos junto ao público.



4.1.3. Os serviços constantes deste Projeto Básico serão executados e entregues continuamente, mediante Ordem de Serviço.

4.1.4. Os serviços deste processo abrangerão as seguintes atividades:

- a) Monitoramento da presença e visibilidade da Prefeitura Municipal de Aracati nas principais mídias sociais *online*, disponíveis na internet;
- b) Análise e mensuração da mídia gerada pelas partes interessadas (*stakeholders*), blogueiros e formadores de opinião na internet, a respeito da Prefeitura Municipal de Aracati;
- c) elaboração e aplicação de um Plano de Visibilidade para as Unidades Requisitantes nas mídias sociais, onde estarão descritas a estratégia de posicionamento do órgão nestas redes e a estratégia de relacionamento com os seus usuários.

4.1.4.1. Cada demanda será customizada por meio da combinação de serviços, de modo a alcançar a especificação técnica exata do resultado esperado.

4.1.5. Não fazem parte do objeto da contratação serviços de hospedagem de soluções digitais.

4.1.6. 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 Prefeitura de Aracati, por tempo determinado, de forma a atender as demandas com a qualidade e prazo exigidos.

4.1.7. A contratada deverá alocar a quantidade de prepostos necessária para garantir a melhor intermediação com a Prefeitura de Aracati. Os perfis definidos para essa atividade deverão atuar em caráter permanente, e ficarão alocados em escritório da contratada no Município de Aracati.

4.1.8. Será de responsabilidade da contratada prover, aos 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 definidos neste Projeto Básico.

4.2. ESPECIFICAÇÃO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS

4.2.1. A contratada deverá monitorar e analisar a presença e a visibilidade da Prefeitura Municipal de Aracati, no mínimo, nas seguintes ferramentas de mídias sociais:

- a) Facebook;
- b) Twitter;
- c) YouTube;
- d) Flickr;



- e) LinkedIn;
- f) Instagram;
- g) Blogs e fóruns relacionados aos interesses desse ente



4.2.2. A contratada deverá utilizar, para a realização do serviço, softwar(es) específico(s) para monitoramento de mídias sociais, a ser chamado de sistema de monitoramento. O sistema de monitoramento deverá possuir interface web, em português do Brasil, que permita o acompanhamento remoto pela CONTRATANTE.

4.2.3. A qualquer momento a CONTRATANTE poderá substituir, incluir e/ou retirar quais ferramentas deverão ser analisadas.

4.2.4. Os serviços serão executados em duas etapas:

4.2.4.1. A 1ª Etapa – Diagnóstico Inicial e Elaboração do Plano de Visibilidade, onde se fará:

- a) identificação das mídias sociais onde há citações sobre a Contratante;
- b) identificação dos ambientes e comunidades, dentro das mídias sociais identificadas, em que a Contratante é citada e quais os assuntos relacionados ao ente mais discutidos;
- c) identificação dos temas e assuntos comentados sobre a Contratante, com avaliação do impacto e relevância dos comentários;
- d) identificação dos perfis de público que geram comentários sobre a Contratante nas redes sociais;
- e) identificação de formadores de opinião que discutam temas de interesse da Contratante nas redes sociais, além da mensuração da audiência destes indivíduos e do grau de influência por eles exercido;
- f) identificação de comunidades, fóruns e outras redes que reúnam públicos e assuntos específicos de interesse da Contratante;
- g) identificação de ambientes estratégicos, de interesse da Contratante, em que há lacunas informativas a respeito da instituição;
- h) recomendação do número de citações sobre a Contratante que serão analisadas mensalmente pela contratada, a ser aprovada pela contratante; e
- l) análises quantitativa e qualitativa dos dados obtidos, com a avaliação da presença da instituição nas redes sociais, incluindo a identificação dos impactos dos comentários e da participação das pessoas na imagem institucional da Contratante.

4.2.4.1.1. A Contratada terá o prazo de 30 (trinta) dias, a partir do recebimento da Ordem de Serviço, para a elaboração e entrega do Relatório de Diagnóstico Inicial, a ser elaborado conforme os itens acima.



4.2.4.1.2. Após a aprovação do Relatório de Diagnóstico, a Contratada terá o prazo de 10 (dez) para entrega de Relatório de Apresentação do Plano de Visibilidade nas Mídias Sociais, o qual abordará inicialmente:

- a) apresentação da estratégia de atuação da Contratante nas ferramentas de mídias sociais, o que inclui, dentre outros itens, a indicação dos ambientes em que é necessária a participação da entidade e os temas que precisam ser abordados na comunicação via redes sociais;
- b) direcionamento de uma estratégia específica de comunicação e relacionamento da Contratante para cada rede social em que a participação da entidade for recomendada;
- c) apresentação dos fóruns e blogs que serão monitorados pela contratada, bem como da estratégia de atuação com tais redes sociais;
- d) identificação das vantagens e desvantagens para cada uma das estratégias apontadas e;
- e) proposição de um fluxo para relacionamento com a contratada para geração e aprovação de conteúdos.

4.2.4.1.2.1. A aprovação do Plano de Visibilidade compete a Casa Civil, devendo a CONTRATADA realizar todos os ajustes solicitados pela CONTRATANTE, sem qualquer ônus complementar.

4.2.4.1.3. O Plano de Visibilidade deverá ser revisto no máximo a cada 06 (seis) meses, para fins de adequação as novas realidades encontradas, conforme os novos cenários observados.

4.2.4.1.3.1. A revisão do Plano não gera qualquer pagamento adicional a Contratada.

4.2.4.2. A 2º Etapa – Atuação e Monitoramento permanentes, que colocará em prática as estratégias estabelecidas na 1º Etapa, conforme a seguinte abordagem:

- a) criação de canais oficiais da Contratante nas ferramentas de mídias sociais, mediante aprovação prévia da contratante;
- b) alimentação dos canais com conteúdos relevantes e com informações fidedignas, com prévia autorização e aprovação da Contratante;
- c) monitoramento contínuo das redes sociais, a fim de atualizar periodicamente o diagnóstico encontrado na 1ª etapa;
- d) gerenciar perfis em redes sociais, incluindo conteúdo e analisando os itens que necessitem de algum tipo de ação, como: resposta, monitoramento, exclusão, etc. A moderação deve ser feita de forma permanente durante a vigência do contrato, com postagens, leitura e classificação (neutro, positiva e negativa) de todas as interações, além da articulação com outros interlocutores para construção de respostas. As intervenções são pontuais e de rápida execução, sem necessidade de elaboração de projetos ou documentos mais elaborados;



e) acompanhar de forma permanente a imagem do órgão/tema 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. Situações que indiquem possíveis repercussões com alto volume devem ser alertadas, especialmente aqueles 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 este efeito e exemplos de posts/notícias que comprovem esta explicação.

4.2.4.2.1. A Contratante poderá incluir a qualquer tempo canais de comunicação inicialmente não previstos e não analisados na 1ª Etapa dos trabalhos, em razão de posterior diagnóstico de necessidade, em função de novas ações e/ou ferramentas.

4.2.4.2.1.1. Para cada nova rede social inclusa no monitoramento deverá ser elaborado Plano de Visibilidade, sem qualquer novo ônus para a Contratante.

4.2.4.2.2. A empresa deverá comprovar a realização das atividades acima descritas por meio de entrega mensal de Relatório de Gestão e Atualização dos Canais, o qual deverá conter minimamente:

- a) Análise das atividades de criação e alimentação de canais e de interação com os usuários realizado nas mídias sociais pela CONTRATADA.
- b) Indicação de conteúdos e estratégias mais relevantes empregadas e detalhamento sobre a abordagem e os resultados de comunicação obtidos em cada canal ou perfil de rede social utilizado.
- c) Indicação da análise das citações sobre a Prefeitura Municipal de Aracati no ambiente virtual, abrangendo as ferramentas citadas e o número de citações.
- d) Ranking com os perfis e blogs mais ativos e relevantes ligados à Prefeitura Municipal de Aracati, sendo no mínimo 5 e no máximo 20, que devem ser acompanhados. Fazem parte destes perfis todas as redes aqui contempladas, em caráter aberto. Os perfis deverão estar classificados de acordo com: audiência (número de seguidores ou fãs), influência (capacidade de transformar o alcance potencial em engajamento dentro das redes, nível de autoridade e assiduidade) e relevância (identificação com os assuntos de interesse da pasta);
- e) Listagem das tarefas de moderação, com a visão consolidada das tarefas realizadas e informações detalhadas sobre os temas mais sensíveis e que possam gerar crise.

4.2.4.2.2.1. O Relatório Mensal deverá ser entregue para a Casa Civil, servindo de base para a revisão do Plano de Visibilidade, para fins de adequação da 2ª Etapa, conforme as novas necessidades identificadas.



4.2.4.2.2. Em anexo ao Relatório, a Contratada deverá enviar, em mídia removível, cópias das telas em forma de imagem (*print screen*) de todas as intervenções realizadas em nome da Contratada nas mídias sociais no período analisado pelo relatório, assim como dos comentários ou perguntas do público que tenham motivado as inserções, com os respectivos endereços web de cada intervenção, e com as telas agrupadas por dia e por assunto.

4.2.4.2.3. Nesta etapa é ainda obrigação da CONTRATADA a entrega mensal de Relatório de Monitoramento e Estratégia, com os seguintes pontos mínimos:

- a) relatório analítico, contendo comentários quantitativos e qualitativos sobre a visibilidade da Contratada nas mídias sociais;
- b) identificação de temas e canais de comunicação a serem abordados ou monitorados nos meses seguintes e que não haviam sido previstos anteriormente, acompanhados da respectiva proposta de estratégia de comunicação e/ou relacionamento;
- c) proposição de ações e novas estratégias de comunicação e/ou relacionamento, alinhados com o Plano de Visibilidade, a partir da eventual identificação de novas ferramentas e/ou canais de comunicação nas redes sociais.
- d) relatório analítico dos principais perfis e redes sociais monitorados.

4.2.4.2.3.1. O Relatório Mensal deverá ser entregue para a Casa Civil, servindo de base para a revisão do Plano de Visibilidade, para fins de adequação da 2ª Etapa, conforme as novas necessidades identificadas.

4.2.4.2.4. Nesta etapa é ainda obrigação da CONTRATADA a entrega diária de Relatório de Moderação e Monitoramento, com os seguintes pontos mínimos:

- a) Repercussão, reputação, evolução do sentimento, principais influenciadores e demais informações estratégicas para a tomada de decisões;
- b) Temas de alcance positivo, negativo e irrelevante;
- c) Temas que geraram crise;
- d) Temas com potencial de continuar em pauta;

4.2.4.2.4.1. O serviço de moderação e monitoramento é permanente e diário.

4.2.4.2.4.2. O Relatório de Moderação e Monitoramento diário deverá ser consolidado semanalmente, quinzenalmente e mensalmente, para fins de apresentação da visão geral das constatações.

4.2.4.2.4.3. O serviço de moderação deve ser de acordo com a demanda apresentada e necessidade da Unidade Contratante, variando conforme as necessidades diárias.

4.2.4.2.4.4. O serviço de moderação deve assegurar que o público-alvo estabelecido pelo CONTRATANTE receba a mensagem certa.



4.2.4.2.4.5. O Relatório deverá ser entregue em meio físico e/ou digital, conforme solicitação da Casa Civil.

4.2.4.2.5. O Relatório Mensal de Gestão e Atualização dos Canais e de Monitoramento e Estratégia conterà a análise realizada aos últimos 30 (trinta) dias, devendo ser entregue até o 5º (quinto) dia útil de cada mês.

4.2.4.2.5.1. O Relatório de Moderação e Monitoramento consolidado a nível mensal deverá ser entregue no mesmo prazo do citado no caput.

4.2.4.2.5.2. A Contratante poderá requisitar a CONTRATADA ajustes necessários nos Relatórios, com o intuito de realização adequada dos fins do contrato, inclusive solicitando novas mídias e temas para análise e controle.

4.3. DO SISTEMA DE MONITORAMENTO:

4.3.1. Requisitos mínimos do sistema de monitoramento:

- a) monitorar 24 horas por dia, 7 dias da semana;
- b) garantir o armazenamento de todo o histórico dos termos e citações monitoradas pelo sistema, através da manutenção de um Banco de Dados;
- c) possibilitar a consulta da amostra analisada por filtros, tais como: assunto, público, rede social, data da publicação do comentário e palavra-chave; e
- d) gerar relatórios com os dados coletados no monitoramento a qualquer tempo, podendo ser especificado o período-base e o assunto
- e) utilizar protocolos seguros para acesso pelos usuários e para o processo de autenticação;
- f) garantir a disponibilidade, a integridade e a correção das informações, mesmo quando submetido a condições de grande concorrência e/ou volume de dados;
- g) possuir interfaces em português do Brasil.

5. DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

5.1. As despesas decorrentes da contratação serão provenientes dos recursos Orçamentários consignados nas respectivas secretarias, conforme abaixo:

DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA:

- * 0301.2005 – MANUTENÇÃO DAS ATIVIDADES DA CASA CIVIL;
- * 0801.2027 – MANUTENÇÃO DAS ATIVIDADES DA SECRETARIA DE EDUCAÇÃO;
- * 1201.2095 – MANUTENÇÃO E FUNCIONAMENTO DA SECRETARIA DE TURISMO E CULTURA;



ELEMENTO DE DESPESA:

3.3.90.39.00 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS PESSOA JURÍDICA.

FONTE DE RECURSO:

1001000000 – RECURSOS ORDINÁRIOS.

6. DO PAGAMENTO

6.1. O pagamento será efetuado mensalmente, segundo as ordens de serviços expedidas pelas Unidades Gestoras contratantes, de conformidade com as notas fiscais/faturas devidamente atestadas pelo Gestor da despesa, acompanhadas das Certidões Federais, Estaduais e Municipais do licitante vencedor, todas atualizadas, observadas as condições da proposta.

6.1.1. O pagamento será efetuado em até 30 (trinta) dias após o encaminhamento da documentação tratada neste subitem, através de crédito na Conta Bancária do prestador do serviço, ou outro meio devidamente ajustado entre as partes.

7. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

7.1. Executar o objeto de futuro contrato, de conformidade com as condições e prazos estabelecidos no Instrumento Convocatório, no Termo Contratual e na proposta vencedora do certame;

7.2. Manter durante toda a execução do objeto contratual, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na Lei de Licitações;

7.3. Utilizar profissionais devidamente habilitados, substituindo-os nos casos de impedimentos fortuitos, de maneira que não se prejudiquem o bom andamento e a boa prestação dos serviços;

7.4. Facilitar a ação da FISCALIZAÇÃO na inspeção dos serviços, prestando, prontamente, os esclarecimentos que forem solicitados pela CONTRATANTE;

7.5. Responder, perante as leis vigentes, pelo sigilo dos documentos manuseados, sendo que a CONTRATADA não deverá, mesmo após o término do CONTRATO, sem consentimento prévio por escrito da CONTRATANTE, fazer uso de quaisquer documentos ou informações especificadas anteriormente, a não ser para fins de execução do CONTRATO;

7.6. Providenciar a imediata correção das deficiências e/ ou irregularidades apontadas pela Contratante;



7.7. Arcar com eventuais prejuízos causados à Contratante e/ou terceiros, provocados por ineficiência ou irregularidade cometida por seus empregados e/ou prepostos envolvidos na execução do objeto contratual, inclusive respondendo pecuniariamente;

7.8. Pagar seus empregados no prazo previsto em lei, sendo também de sua responsabilidade o pagamento de todos os tributos que, direta ou indiretamente, incidam sobre a prestação dos serviços contratados inclusive as contribuições previdenciárias fiscais e parafiscais, FGTS, PIS, emolumentos, seguros de acidentes de trabalho, etc, ficando excluída qualquer solidariedade da PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACATI por eventuais autuações administrativas e/ou judiciais uma vez que a inadimplência da CONTRATADA, com referência às suas obrigações, não se transfere a PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACATI;

7.9. Disponibilizar, a qualquer tempo, toda documentação referente ao pagamento dos tributos, seguros, encargos sociais, trabalhistas e previdenciários relacionados com o objeto do CONTRATO;

8. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

8.1. A Contratante se obriga a proporcionar à Contratada todas as condições necessárias ao pleno cumprimento das obrigações decorrentes de futuro contrato, consoante estabelece a Lei nº 8.666/93 e suas alterações posteriores;

8.2. Fiscalizar e acompanhar a prestação dos serviços licitados;

8.3. Comunicar à CONTRATADA toda e qualquer ocorrência relacionada com a prestação dos serviços, diligenciando nos casos que exigem providências corretivas;

8.4. Providenciar os pagamentos à CONTRATADA, à vista das notas fiscais e faturas correspondentes, devidamente atestadas pelo setor competente.

8.5. Aplicar as penalidades previstas em lei e neste instrumento.

9. DO PRAZO DE VIGÊNCIA

9.1. O prazo de vigência de contrato decorrente deste termo, terá duração máxima de 12 (doze) meses, a contar da data de sua assinatura, devendo ser observado as regras contidas no Art. 57 da Lei de Licitações e Contratos.

10. DAS SANÇÕES POR INADIMPLEMENTO

10.1. Pela inexecução total ou parcial das obrigações assumidas, garantidas a prévia defesa, a Administração poderá aplicar à Contratada, as seguintes sanções:

a) Advertência.

b) Multas de:



- b.1) 10% (dez por cento) sobre o valor contratado, em caso de recusa da LICITANTE VENCEDORA em assinar o contrato dentro do prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados da data da notificação feita pela Contratante
- b.2) 0,3% (três décimos por cento) sobre o valor da parcela não cumprida do Contrato, por dia de atraso na entrega dos materiais, até o limite de 30 (trinta) dias;
- b.3) 2% (dois por cento) cumulativos sobre o valor da parcela não cumprida do Contrato e rescisão do pacto, a critério da PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACATI, em caso de atraso na entrega superior a 30 (trinta) dias.
- b.4) Os valores das multas referidos nesta cláusula serão descontados "ex-officio" da contratada, mediante subtração a ser efetuada em qualquer fatura de crédito em seu favor que mantenha junto ao Município de ARACATI, independente de notificação ou interpelação judicial ou extrajudicial;
- c) Suspensão temporária do direito de participar de licitação e impedimento de contratar com a Administração, pelo prazo de até 02 (dois) anos;
- d) Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que a contratante promova sua reabilitação.

11. DA QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

11.1. Atestado de desempenho anterior fornecido por pessoa jurídica de direito público ou privado, com firma reconhecida do assinante, comprovando que a licitante prestou ou está prestando serviços compatíveis em características com o objeto desta licitação.

11.2. Comprovação da proponente possuir no quadro de empregados ou prestadores de serviços, pelo menos:

11.2.1. Um Web designer/Programador: formação superior em publicidade, design gráfico ou em webdesign, com experiência em criação e desenvolvimento de sites;

11.2.1.1. A experiência em criação e desenvolvimento de sites a que se refere o item acima, deverá ser comprovada através de Atestado de Capacidade Técnica fornecido por pessoa jurídica de direito público ou privado, conforme Art. 30 da Lei de Licitações;

11.2.2. Um profissional de edição de conteúdo: formação superior em jornalismo e/ou publicidade e propaganda e/ou comunicação social, com pós-graduação nas áreas de marketing e/ou administração de negócios, tendo em vista a necessidade de compreensão estratégica quanto à marca, seu posicionamento atual e futuro, seus diferenciais e as diversas formas de contato com o público-alvo;



11.2.3. Um Monitor de redes sociais: formação superior em Comunicação Social, Propaganda ou Marketing, com experiência comprovada de no mínimo um ano em atendimento publicitário e/ou gerência e coordenação de marketing e/ou projetos;

11.2.3.1. A experiência em atendimento publicitário ou marketing a que se refere o item acima, deverá ser comprovada através de Atestado de Capacidade Técnica fornecido por pessoa jurídica de direito público ou privado, conforme Art. 30 da Lei de Licitações.

11.2.4. Um Redator: formação superior em jornalismo ou publicidade e experiência comprovada na produção de conteúdo para internet, com conhecimento das técnicas de redação para ambientes digitais e operação de ferramentas de gerenciamento de conteúdo.

11.2.4.1. A experiência em produção de conteúdo para internet a que se refere o item acima, deverá ser comprovada através de Atestado de Capacidade Técnica fornecido por pessoa jurídica de direito público ou privado, conforme Art. 30 da Lei de Licitações.

11.3. O vínculo do profissional com a empresa licitante, poderá ser comprovado do seguinte modo:

- a) SE SÓCIO, comprovando-se a participação societária através de cópia do Contrato social e aditivos, se houver, devidamente registrado(s) na Junta Comercial;
- b) SE EMPREGADO, comprovando-se o vínculo empregatício através de cópia da "Ficha ou Livro de Registro de Empregado", da Carteira de Trabalho e Previdência Social – CTPS;
- c) SE CONTRATADO, apresentar contrato de prestação de serviço, vigente na data de abertura deste certame, assinado e com firma reconhecida de ambas as partes.


JULIO NETO ANDRADE JUCÁ

Ordenadora de Despesas da Casa Civil


ALDELINO DE OLIVEIRA SILVA

Ordenador de Despesas do Turismo e Cultura


MOISÉS OTÁVIO DA SILVA

Ordenador de Despesas da Secretaria da Educação