PLANO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL 2017

Assessoria de Comunicação

Resumo

Ações e estratégicas de comunicação para os 12 meses do ano, bem como orçamento.

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO 4
1 REFERENCIAL ESTRATÉGICO 6
2 PÚBLICO-ALVO 7
3 METAS DA COMUNICAÇÃO 7
4 VALORES MORAIS E INSTITUCIONAIS 8
5 PREVISÃO FINANCEIRA 8
6 FERRAMENTAS DE DIVULGAÇÃO USADAS 9
6.1 – Propaganda: 9
6.2 – Promoção: 9
6.3 – Relações Públicas: 9
6.4 - Marketing Direto: 9
7 ESTRATÉGIAS 9
8 NOVAS ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO (PUBLICIDADE E PROPAGANDA) 11
8.1 Campanhas 11
8.1.1 Campanha "Sou Mulher, Sou Arquiteta 11
8.1.2 Audiovisual Campanha Acadêmicos – "O Mercado me Espera" 11
8.1.3 Campanha "O que faz o arquiteto? " 12
8.1.4 Campanha "Dia do Arquiteto e Urbanista" 12
8.1.5 Criação do Instagram do CAU/RR: 12
8.2 Eventos Institucionais 13
8.2.1 Janeiro de 2017: Apresentação do Plano de Comunicação e Relatório de Resultados do ano anterior: 13
8.2.2 Maio de 2017: Divulgação do Prêmio Fotografia ou de Jornalismo: 13
8.2.3 Agosto de 2017: II Simpósio de Arquitetura, Urbanismo e Engenharia Civil: 14
8.2.4 Dezembro de 2017: Celebração do Dia do Arquiteto e Urbanista: 14
8.3 Produção do Livro Anuário do CAU/RR: 14
8.4 Busdoor: 15
8.5 Sala de Cinema: 15
8.6 Jornal Institucional (House Organs): 15
8.7 Produção de Presskits: 15
8.8 Impulsionamento no Facebook (citado no item 2): 16
8.9 Plataforma de Resultados: 16
9 ASSESSORIA DE IMPRENSA (MÍDIA ESPONTÂNEA) 17
9.1 Serviços Técnicos da Assessoria 17
9.1.1 Releases: 17
9.1.2 Press-kits ou pacote de imprensa 17
9.1.3 Mailing list: 17
9.1.4 Entrevistas coletivas: 17
9.1.5 Fotografias: 18
9.1.6 Cerimonial de eventos: 18
9.1.7 Produção de E-Books Técnicos: 18
9.1.8 Gravação de PodCast (Áudios Prévios): 19
9.1.9 Relatórios de Resultados (citado no item 8.9): 19
10 PREVISÃO ORÇAMENTÁRIA 19
ANEXO I - CRONOGRAMA DA COMUNICAÇÃO
ANEXO II - TERMO DE REFERENCIA PARA SERVIÇOS GRÁFICOS
ANEXO III - TERMO DE REFERÊNCIA PARA EVENTOS

APRESENTAÇÃO

O Plano de Comunicação Institucional (PCI) tem a finalidade de programar a divulgação do Planejamento Estratégico do CAU/RR para o ano 2017, aos públicos interno e externo da instituição. Tem como proposta básica estabelecer diretrizes, objetivos, orientações e estratégias para a prática da comunicação e divulgação do referencial estratégico, já consolidado.

A ***Criar Comunicação*** é a empresa contratada pelo Conselho de Arquitetura e Urbanismo (CAU/RR) para promover acesso à imprensa de Roraima, bem como produzir conteúdo para o site e manutenção da imagem institucional, além da gestão financeira de publicidade e propaganda paga.

Há 7 ferramentas comunicacionais que ajudam na divulgação do Conselho de Arquitetura. São instrumentos que estão hierarquizados conforme o fluxograma, por ordem de atuação.

Comunicar é um processo de troca e de compartilhamento. Deve-se criar ações para fortalecer a imagem institucional, as responsabilidades, as regras, os processos, os serviços, produtos e resultados, as diretrizes, metas e objetivos. Comunicar é também ouvir, entender e perceber as pessoas. É estabelecer com os diversos públicos o canal permanente de diálogo, pelo qual, a informação possa fluir nos dois sentidos, ora como receptor, ora como emissor.

O PCI possui papel fundamental, para que se torne possível atingir as metas e os objetivos estratégicos a curto, médio e longo prazo traçados no Planejamento Institucional. Trata-se do instrumento de gestão cujo objetivo é traduzir a política de comunicação institucional num conjunto de ações coerentes e ordenadas.

Para chegar ao resultado deste plano foi preciso analisar os eventos midiáticos decorrentes do ano passado, 2016, formulados e realizados durante os 12 meses. Com isso, será possível gerar conhecimento maior e mais fidedigno sobre a instituição, que irá refletir na melhoria da imagem da marca e maior facilidade nos relacionamentos com o público-alvo.

A Assecom (Assessoria de Comunicação) – aqui terceirizada pela ***Empresa Criar Comunicação***, tem papel fundamental na organização comunicacional, pois

permite ampliar o olhar institucional, dentro do modelo que possibilita a ética, o profissionalismo, o respeito e a valorização das pessoas e do conhecimento, bem como da missão e visão do CAU/RR.

A implantação da estratégia exige que servidores estejam alinhados e comprometidos com o referencial estratégico organizacional, por isso é necessário aproximar o referencial estratégico dos servidores, colaboradores, sociedade e parceiros para que todos conheçam verdadeiramente o ambiente organizacional e quais objetivos e metas pretendemos atingir em 2017.

1 REFERENCIAL ESTRATÉGICO

O mapa estratégico do PCI traçou um plano que começa em janeiro de 2017. A estratégia precisa ser absorvida e inserida no dia a dia de todos. Ele traduz a missão, a visão e a estratégia em objetivos e iniciativas, organizados segundo diferentes “pontos de vista” referentes ao negócio e que representam os fatores-chave para visão organizacional.

As perspectivas, quando vistas em conjunto, permitem visão completa da estratégia da instituição e contam a história de forma clara e de fácil compreensão. Para a construção do mapa estratégico do PCI foram elencadas as seguintes perspectivas:

1. **Retorno à sociedade e participação:** Esses serão os objetivos estratégicos que traduzirão os impactos desejados da atuação do CAU/RR junto aos arquitetos e urbanistas: a) engajamento dos arquitetos; b) participação efetiva dos arquitetos; c) mostrar interesse pelo CAU/RR; e d) contribuir com o reconhecimento da profissão no estado.

2. **Resultados Institucionais:** Espera-se, ao longo dos 12 meses, resultados gerados pela instituição com base nos esforços da Comunicação. O resultado que pretendemos e a participação efetiva dos profissionais, participação nos eventos do CAU/RR; e o sentimento de representatividade institucional;

3. **Processos:** Toda parte de assessoria de imprensa, levantamento de datas de celebração, campanhas institucionais devem aparecer com datas prévias neste plano para ocorrerem programadamente, afim de atingir os objetivos dos quais o CAU/RR pretende. Os desafios de primeira ordem é cumprir as datas, inclusive de abertura de processos para contratação de mídias pagas.

4. **Infraestrutura e Tecnologia:** Aquisição de equipamentos de edição de áudio e vídeo; criação de páginas de redes sociais (Instagram e Youtube), bem como acrescentar instrumento de criação e Impulsionamento pago de Marketing de Conteúdo para Facebook;

5. **Mensuração de Resultados:** Orçar e captar recursos para pagar ferramenta de mensuração de resultados de comunicação, com relatórios e gráficos. Plataforma on-line de acompanhamento de inserções na imprensa local: Impresso, Web, rádio e TV.

2 PÚBLICO-ALVO

Na primeira etapa de implantação do Plano de Comunicação Institucional do CAU/RR 2017, já mostraremos a importância necessário para divulgar o desdobramento para o público interno e externo: profissionais arquitetos e urbanistas, professores universitários, acadêmica sociedade civil, iniciativa privada, imprensa e demais entidades do poder público (Executivo, Legislativo e Judiciário), por ordem de importância.

Esses são os grupos com os quais o PCI se relaciona no desempenho das atividades e atribuições. Cada um deles tem graus de relacionamento e interesses diferentes.

3 METAS DA COMUNICAÇÃO

O PCI do CAU/RR tem como objetivo focalizar a estratégia que a instituição irá adotar para integração das partes envolvidas na implementação das ações propostas decorrentes dos objetivos do mapa estratégico. Ele formaliza a forma de comunicação institucional, identificando e aperfeiçoando os canais, definindo os públicos, a periodicidade da informação e a qualificação dos conteúdos, com tais objetivos e metas que deveremos atingir ao final do planejamento:

a) A razão principal de processo de comunicação da estratégia é aumentar a consciência estratégica e o comprometimento de todos os colaboradores (membros, servidores, terceirizados e prestadores de serviço) e demais públicos interessados (parceiros externos, imprensa, sociedade, etc.) com os objetivos da instituição;

b) A PCI pretende facilitar o entendimento da missão, da visão, dos valores e dos desafios estratégicos e prioritários do CAU/RR, para que o público interno possa incorporar a gestão estratégica e entender como tudo funciona. A comunicação interna amplia a visão das pessoas, dando-lhes conhecimento sistêmico. Com isso, o servidor ou colaborador desempenhará as atividades com maior produtividade e eficiência, além de sentir-se mais valorizado;

c) É preciso envolver as pessoas para que elas percebam que a organização quer mudar, sendo a comunicação fundamental nesse processo. Todos os participantes devem agir e executar o que foi planejado de maneira integrada e continua;

d) Um ambiente no qual impera a comunicação clara e aberta contribui para o desenvolvimento organizacional e estimula as pessoas a participarem ativamente dos processos de mudança como protagonistas. Para isso é necessária transparência de informações, o que não é notícia para a

diretoria, pode ser notícia para a imprensa ou mesmo para os colaboradores que acessam o site institucional ou mesmo o mural de recados;

e) Paralelamente à comunicação interna é importante que haja a divulgação externa dos principais desafios traçados PCI;

f) Após a consolidação e divulgação do PCI internamente, deve-se divulgar os grandes temas para garantir transparência e efetividade da organização ao público externo. Para isso, vamos às estratégias:

4 VALORES MORAIS E INSTITUCIONAIS

A comunicação, deve reforçar os seguintes valores: ética, transparência, atribuições, responsabilidades, diretrizes e compromissos;

Nesse sentido, devem ser considerados pelo menos quatro itens especiais:

I. Ficar atento à formulação das mensagens que serão transmitidas a todos os públicos, especialmente quando se tratar de temas de fiscalização;

II. Utilizar canais mais adequados para cada tipo de mensagem e para cada público;

III. Desenvolver e implementar mecanismos de Feedback, para medir a efetividade da comunicação;

IV. Manter relacionamentos institucionais consistentes junto aos públicos, por meio de processos estruturados de diálogo – mídias sociais.

5 PREVISÃO FINANCEIRA

Este documento é referência de trabalho. Não estão descartados ajustes e modificações no projeto entre as partes interessadas. Há princípio as estratégias de comunicação contam a evolução da Mídia Espontânea gerada pela Assessoria de Imprensa, o que conta com 50% de eficácia da manutenção da marca, bem como torna o CAU/RR fonte de notícias respeitadas e oficiais da arquitetura e urbanismo em Roraima.

Entretanto temos desafios a vencer que dizem respeito à garantia financeira para que a Instituição possa alavancar ainda mais a marca, trata-se das mídias pagas – chamadas de publicidade e propaganda – para que se cumpra os outros 50% da manutenção da imagem marca.

Para tender duas novas formas de otimização da Assecom solicito reajuste orçamentário para promover duas metas: ***1. Impulsionamento na Rede Social Facebook, por meio da própria empresa Criar Comunicação; 2. Pagamento da***

Ferramenta de Mensuração de Resultados, com gráficos e números. Os valores estão descritos e previstos no Mapa de Comunicação.

6 FERRAMENTAS DE DIVULGAÇÃO USADAS

Eis algumas ferramentas de estratégias de divulgação:

O que o CAU/RR utilizou em 2016 destas estratégias:

6.1 – Propaganda: a) encartes; b) Folhetos; c) marca;
6.2 – Promoção: a) exposições;
6.3 – Relações Públicas: a) press kits (bloquinhos); b) palestras;
6.4 - Marketing Direto: a) mailing List (e-mails); b) site; c) Facebook;

7 ESTRATÉGIAS

1. O objetivo principal é conseguir orçamento para divulgação para 4 (quatro) campanhas institucionais no decorrer de 2017 – sendo a última "Dia do Arquiteto e Urbanista (dezembro) ", além de datas comemorativas (Dia da Mulher, Dia do Homem, Outubro Rosa, Novembro Azul) usando as seguintes estratégias elencadas abaixo, com orçamento para veiculação e impressão (quando for o caso e por evento):

1.1 Arte Cover de Facebook;
1.2 Arte Bussdoor;

1.3 Arte Cartazes A3;
1.4 Audiovisuais (captação e edição de vídeo para celular);
1.5 Concurso de Fotografia ou de Prêmio Imprensa (abastecer as imagens do site institucional e promover a participação das pessoas);
1.6 Jornal Institucional (house Organs);
1.7 Captação leads (potenciais interessados em nossa marca), com e-books em PDF;
*1.8 PressKits mais elaborados com caneta, bloco e pendrive**;***

2. ***Newsletter:*** voltar com as edições informativas cotidianas do CAU/RR e distribuir por mailing. Trata-se do Boletim Eletrônico que contém informações e clippagens da instituição. A intenção é informar as notícias do CAU/RR aos profissionais e aos leads captados. É uma síntese (título e resumo de notícias com links para o site institucional) de tópicos específicos que se destacariam no Hotsite ou envio por e-mail.

2.1 – As edições serão de 10 em 10 dias, distribuídas por e-mail. Para isso, o CAU/BRASIL disponibilizará a ferramenta paga mensalmente e necessária para criação e distribuição por e-mail;
2.2 – Atualização do cadastro de e-mails dos profissionais arquitetos e urbanistas, via SICCAU;

3. ***Manutenção da boa imagem:*** Conscientizar a todos sobre o papel da estratégia na construção da boa imagem da unidade.

4. ***Portal Transparência****:* Treinamento e alimentação do Portal de cada setor do CAU/RR, para é necessário dar transparências às informações relativas à implementação da estratégia nas diversas áreas;

5. ***Engajamento dos Profissionais e Colaboradores:*** Potencializar o comprometimento do maior número possível de pessoas com as transformações planejadas e, assim, quebrar resistência, obter o engajamento e comprometimento de todos. Divulgar o ***"Opinião de Arquiteto"*** para postagens de artigos dos profissionais no site institucional;

6. ***Acentuar Informações:*** Divulgar ações, dados estatísticos, de fiscalização e projetos em prol da sociedade, dos resultados e temas finalísticos ao público externo, como forma de mostrar a sociedade o papel e a importância do PCI;

7. ***Site Institucional:*** Atualizar, criar e manter as informações do site institucional;

8. ***Assessoria de Imprensa:*** Continuar com o fortalecimento da assessoria de imprensa, para isso precisamos destacar, criar novidades que gerem notícias à imprensa e que tenham interesse público;

8.1 Opiniões sobre a capital Boa Vista: crescimento urbano não planejado, ciclovias, lixões, prédios abandonados, patrimônio histórico, dicas de designer, como fazer casa gastando menos? Dicas de novos materiais;
8.2 A Fiscalização precisa aparecer: números de levantamentos na capital e interior;
8.3 Mostrar as novas tecnologias como o Igeo e MobiArqu;
8.4 Novas práticas da Agenda Urbana;
8.5 Mostrar as atribuições dos arquitetos e urbanistas;

8 NOVAS ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO (PUBLICIDADE E PROPAGANDA)

Para conseguir os objetivos que estamos esperando vamos dividir o ano em trimestres. Faremos 4 campanhas durante o ano de 2017, a saber:

8.1 Campanhas

8.1.1 Campanha "Sou Mulher, Sou Arquiteta" (com assinatura de cessão do direito do uso da imagem)

Fotografaremos arquitetas e urbanistas para criação de artes sobre a valorização da mulher arquiteta. As peças publicitárias mostrarão mulheres arquitetas de Roraima que trabalham na profissão. Sejam no serviço público, escritórios ou professoras. Serão 5 peças que terão frases de efeitos e levarão a marca do CAU/RR;

Produção de artes: slide site; cover Facebook (foto de capa), cover Instagram; foto para WhatsApp;

Data: 01/03/2017

Locais de Divulgação: a) Facebook; b) Instagram; c) Slide Site d) transmissão via WhatsApp (lista de transmissão);

8.1.2 Audiovisual Campanha Acadêmicos – "O Mercado me Espera" (com assinatura de cessão do direito do uso da imagem)

Vídeos captados de celular com edição simples e acadêmicos na sala da aula perguntando algo sobre o mercado de trabalho. As peças publicitárias mostrarão perguntas dos alunos; e no mesmo vídeo um arquiteto responde a dúvida. Serão 5 peças com as perguntas e respostas curtas!

Produção de artes: captação de vídeos por celular; edição com marca do CAU/RR;

Data: 15/05/2017

Locais de Divulgação: a) Facebook; b) Instagram; c) transmissão via WhatsApp; d) Youtube; e) site Institucional;

8.1.3 Campanha "O que faz o arquiteto? "

Por meio da resolução 51 vamos mostrar as atribuições da profissão. Serão 10 artes divertidas feitas com desenhos em quadrinhos.

Produção de artes: slide site; cover Facebook (foto de capa), cover Instagram; foto para WhatsApp;

Data: 15/08/2017

Locais de Divulgação: a) Facebook; b) Instagram; c) Slide Site d) transmissão via WhatsApp;

8.1.4 Campanha "Dia do Arquiteto e Urbanista"

Acompanharemos a campanha nacional promovida pelo CAU/BR. Além disso, divulgaremos release à imprensa de Roraima.

Data: 01/12/2017

Produção de peças: a) VT de 30" (segundos) institucional - no VT explicar o que o CAU/RR fez em 2017; b) vídeo celular de 1' (minuto) mostrando vários prédios de Boa Vista e o depoimento do presidente no final do vídeo.

Locais de Divulgação: a) Facebook; b) Instagram; c) transmissão via WhatsApp; d) Youtube; e) site Institucional; f) salas de cinema; g) *busdoor*.

8.1.5 Criação do Instagram do CAU/RR:

As imagens dizem muito sobre a instituição. O Instagram já acumula impressionantes 500 milhões de usuários ao redor do mundo e já é a segunda rede

social mais usada no Brasil por empresas de todos os tipos, como apontam os dados da pesquisa Content Trends de 2016.

Hoje o Instagram é, sem dúvida, a rede social com mais potencial de investimento atual, já que o aplicativo cresce impressionantes 23% ao ano, mais do que o dobro de crescimento de todas as maiores redes sociais do mundo. As vantagens são imensas: ele é extremamente simples de usar e o número de pessoas que você pode atingir através dele é incrível. O nível de engajamento do público também é comprovadamente maior do que em ou outros sites, o que significa 58 vezes mais engajamento do que o Facebook.

Data: 25/01/2017

8.2 Eventos Institucionais

8.2.1 Janeiro de 2017: Apresentação do Plano de Comunicação e Relatório de Resultados do ano anterior:

Descrição: apresentar à comissão de implantação da Gestão Estratégica a estratégia de comunicação 2015. Fazer uma apresentação (PowerPoint) com as premissas, métodos e ações propostas. Lançar o Mapa Estratégico de Comunicação

Local e data: Sala de Reuniões, dia 20 de janeiro.

Descrição: Evento para divulgação do Mapa Estratégico do CAU/RR, com explicação do desdobramento e divulgação dos desafios. O objetivo é que está apresentação seja feita para colaboradores, diretoria e conselheiros do CAU/RR, terceirizados e estagiários que, de uma forma ou de outra, participam do CAU/RR.

8.2.2 Maio de 2017: Divulgação do Prêmio Fotografia ou de Jornalismo:

Descrição: Realiza-se concurso para reconhecer e difundir o CAU/RR. Poderão participar profissionais de arquitetura e urbanismo ou imprensa de Roraima.

Os trabalhos devem ser avaliados por uma comissão e ter data certa para ser entregues. Os vencedores serão anunciados dezembro, no Dia do Arquiteto. Este evento institucional será organizado pelo CAU/RR. Para se inscrever, o candidato deverá apresentar foto ou matéria jornalística nas categorias (Impresso, WEB, Rádio e TV), que versará especificamente sobre o tema do prêmio. O trabalho deverá conter título, objetivos, descrições das práticas, público-alvo e abrangência. Premiação para 1º, 2º e 3º lugares em dinheiro.

Quando? Processo começa em maio

Como? Financiado pelo CAU/RR
Lançamento do Edital: 05 de maio
Entrega: 16/12/2017
Local e data: Espaço a ser definido.
Entrega do Prêmio: 16/12/2017

8.2.3 Agosto de 2017: II Simpósio de Arquitetura, Urbanismo e Engenharia Civil:

Descrição: Realiza-se evento com temática técnica da arquitetura, urbanismo e Engenharia Civil para profissionais, acadêmicos e público em geral;
Ciclo de palestras com convidados, debates e mesa redonda. Realização: CAU/RR, CREA/RR, UFRR e Faculdades Atual

Local e data: Espaço a ser definido, Dia 18 de agosto (sexta-feira).

8.2.4 Dezembro de 2017: Celebração do Dia do Arquiteto e Urbanista:

Descrição: A celebração anual da festa dos arquitetos e urbanistas, com atração cultual, apresentação de vídeos de resultados, lançamento do anuário do CAU/RR e apresentação musical;
Local e data: Espaço a ser definido. 16/12/2017.

8.3 Produção do Livro Anuário do CAU/RR:

Baseado no relatório de gestão, a Assecom vai produzir os textos do Livro Anuário de 30 páginas. O livro será diagramado por empresa especializada no serviço, colorido, com fotos, afim de prestar contas do que foi realizado na gestão do CAU/RR. Para isso, os setores terão que entregar o relatório desenvolvido durante os dois mandatos.
Tiragem de 200 exemplares em papel couchê (gramatura das páginas 120), capa dura, com fotografias coloridas de vários momentos da gestão, além de gráficos do relatório, infográficos. A CPL do CAU/RR terá que abrir processo de contratação para esta tiragem no mês de fevereiro. Os exemplares serão distribuídos no dia 16 de dezembro no Dia do Arquiteto e Urbanista.

Quando? Processo começa em fevereiro
Como? Baseado em relatórios dos setores
Lançamento: 16/12/2017

8.4 Busdoor:

Usar a estratégia para o dia do arquiteto e urbanistas de arte fixadas na traseira de 5 ônibus, com rotas estratégias, num período de 30 dias.
Quando? Processo começa em agosto
Como? Processo de mídias e veiculação
Lançamento: 20/11/2017

8.5 Sala de Cinema:

Por ser um método novo, podemos alcançar determinados públicos e os objetivos desejados na comunicação da marca. Além do crescimento recorde que o cinema atingiu essa mídia também possui outras vantagens como: detém a atenção das pessoas; grande impacto, tem segmentação e os custos acessíveis. Produziremos Animação em Vídeo de 30" segundos.
Quando? Processo começa em agosto
Como? Processo de mídias e veiculação
Lançamento: 20/11/2017

8.6 Jornal Institucional (House Organs):

A maioria das empresas tem receio em expor informações técnicas e situacionais, principalmente quando não são muito positivas. Porém, é de suma importância que o público interno e externo saiba o que está acontecendo com a empresa em que passa boa parte de dias e deposita e investe suas energias diárias. Jornal terá 8 páginas, coloridas em papel couche, gramatura 120, A3 dobrado ao meio, com fotos, palavra do presidente, tiragem de 200 exemplares, periodicidade mensal.
Quando? Processo começa em fevereiro
Como? Processo de impressão
Lançamento: 01/06/2017
Arte e Diagramação: Assecom

8.7 Produção de Presskits:

O Press-kit (kit para imprensa) ainda é a uma estratégia eficaz. E um pacote enviado para jornalistas com release junto com produtos/brindes para ilustrar o texto, o objetivo do envio desse material é o jornalista ter contato mais próximo com a empresa que será divulgada e ganhar destaque em meio a centenas de pautas que eles recebem diariamente.
A estratégia é muito utilizada para divulgação de eventos, entre outras ações pontuais que precisam ser destacadas. Produzir Presskits mais elaborados com caneta, bloco e pendrive;

Quando? Processo começa em fevereiro

Como? Financiamento CAU/RR
Lançamento: novembro

8.8 Impulsionamento no Facebook (citado no item 2):

Foi-se o tempo em que era possível alcançar milhares de usuários do Facebook com um post não pago. O crescimento da rede e da produção de conteúdo fortaleceu a tendência para anúncios patrocinados e fez desta estratégia imprescindível para um bom Plano de Marketing Digital.
A primeira grande vantagem em impulsionar publicação é a garantia de que ela aparecerá no feed dos seus seguidores. É possível, inclusive, fixá-la, colocando-a no canto superior do feed. Esta localização é estratégica, já que é o primeiro local para onde dirigimos o olhar quando acessamos o Facebook.

Outra vantagem da publicação patrocinada é a possibilidade de segmentar quem poderá visualizá-la. Você pode escolher se o post será visto por todos os que curtiram a página e também os amigos desses seguidores, ou selecionar quem verá o anúncio. Essa opção permite que você direcione campanhas, faça enquetes com os membros mais engajados ou envie promoções somente para aqueles que nunca curtiram, compartilharam ou comentaram o post.

8.9 Plataforma de Resultados:

Estratégia é a palavra-chave do século XXI. Diante do volume de informações que nos cerca, é difícil identificar e qualificar o que pode ser útil ou não, o que é confiável. Gerenciar esse volume de dados é trabalho essencial, embora complicado. Aí que entra o monitoramento de notícias (Clipping). Essa ferramenta permite o monitoramento estratégico das informações jornalísticas que interessem ao CAU/RR.

Como e feito o monitoramento nas mídias nessa plataforma? Diariamente, a plataforma paga, atua no monitoramento manual de mais de 3 mil veículos nas mídias Impressas, Online, Televisiva e Radiofônica, além de fornecer os produtos (áudio e vídeo), além dos nossos robôs que varrem mais de 6 mil sites de notícia e blogs jornalísticos à procura de textos e vídeos que contenham tais termos. Após essa coleta, a plataforma faz a leitura minuciosa de cada conteúdo de nível nacional, regional e internacional, agregando qualidade ao produto final. O serviço funciona 24h/dia, todos os dias da semana, o que facilita o trabalho da Assecom e dá maior eficácia e mensuração de resultados ao CAU/RR.

9 ASSESSORIA DE IMPRENSA (MÍDIA ESPONTÂNEA)

Uma das principais funções do assessor de imprensa é disseminar nos meios de comunicação informações sobre a realidade da instituição, as ações e atividades sem ônus institucional, aproveitando o interesse jornalístico e que gere resultados positivos com a mídia espontânea. É impossível para os meios de comunicação ficar sabendo de tudo o que ocorre em instituições pública e privadas sem a ajuda do assessor de imprensa. A informação deve ser passada com clareza aos cidadãos, que são os principais interessados no CAU/RR que busca melhorias em prol deles.

9.1 Serviços Técnicos da Assessoria

9.1.1 Releases:

Criar e fazer o envio de Press releases sobre os principais projetos e desafios do Planejamento: os releases devem conter dados, ações e estatísticas que servem para informar, anunciar, contestar, esclarecer ou responder à mídia sobre algum fato que envolva os desafios estratégicos. É, na prática, uma declaração pública oficial e documentada dos assuntos;

9.1.2 Press-kits ou pacote de imprensa:

É um pacote de press release com brindes promocionais, uma amostra/réplica do produto ou o próprio produto, fotos de divulgação, material informativo, credenciais de imprensa e outros itens que facilitem a cobertura jornalística sobre o que se quer divulgar e estimulem os jornalistas a publicar as notícias elaboradas pela assessoria: Devem ser distribuídos à imprensa local por ocasião dos eventos regionais;

9.1.3 Mailing list:

Literalmente, "lista de correio" ou Mala Direta, é uma lista de endereços de destinatários aos quais a Assessoria de Imprensa envia comunicados, notas, credenciais ou brindes com o propósito de incentivar a publicação de determinada informação. Hoje a Empresa Criar Comunicação tem cadastrados 415 jornalistas de Roraima e de empresa de comunicação na região Norte;

9.1.4 Entrevistas coletivas:

Em casos nos quais uma declaração, opinião ou anúncio do Planejamento seja de interesse para um número significativo de veículos de imprensa ou para a mídia em

geral, o assessor de imprensa convoca entrevistas coletivas, que são eventos nos quais o assessorado (ou um representante institucional) é entrevistado ao mesmo tempo por vários órgãos de imprensa e veículos de mídia;

9.1.5 Fotografias:

A Empresa Criar Comunicação presta serviço de fotografia para subsidiar as matérias como complemento da fotojornalismo. Entretanto vale ressaltar que o serviço de fotográfico relacionado a eventos deve ser pago pelo orçamento do CAU/RR.

9.1.6 Cerimonial de eventos:

Outro serviço disponibilizado pela Criar Comunicação é a assessoria em eventos. Por se tratar de autarquia federal é necessário respeitar as regras de precedência de autoridades pré-determinados pela Presidência da República (A ordem geral de precedência no cerimonial público regula-se pelo Decreto nº 70.274, de 09/03/1972). Cerimonial é uma palavra que ouvimos ou lemos com frequência nos dias de hoje. Porém poucos sabem o verdadeiro significado e principalmente conhecem a atividade profissional derivada desta palavra.
Devemos evitar também a confusão: cerimonial não é organização de eventos ou de festas ou banquetes e nem etiqueta, que é mais correta postura social e profissional. Cerimonial é o conjunto de formalidades, regras e normas, a serem seguidas na organização de cerimônia oficial, em especial, definindo a sua sequência lógica e regulando os diversos atos que compõe. É o conjunto de procedimentos a serem observados em atos solenes ou festas públicas.

9.1.7 Produção de E-Books Técnicos:

O principal objetivo do Marketing Digital é gerar demanda para os produtos e serviços da empresa. Ou melhor atrair oportunidades de negócios, relacionamentos e engajamento através dos canais online.
E-Books são uma das ofertas mais clássicas para geração de Leads (captar potenciais pessoas e e-mails) e é o tipo de conteúdo rico, técnico mais usamos para Resultados Digitais. Será um e-book com temática técnica escolhida, diagramado, formato PDF, com 12 páginas, colorido. Ele ficará à disposição do internauta. Caso queira baixar terá que se inscrever por meio de um e-mail. O que fortalecerá o número de pessoas e e-mail para o banco de dados do CAU/RR. Assim, para estes e-mails inscritos, enviaremos notícias e novidades do Conselho.

Quando? Março
Como? Artigos técnicos do Conselho
Lançamento: Segundo semestre de 2017
Arte e Diagramação: Assecom

9.1.8 Gravação de PodCast (Áudios Prévios):

Em 2016 adotamos a estratégia de gravar entrevistas sobre assuntos determinados e que iam ser enviados à imprensa. O áudio era editado e guardado em *stand by* no smartphone para atender, com urgência e eficácia, as rádios locais. Tal estratégia nos permitiu emplacar algumas matérias de forma instantânea. Em 2017, continuaremos com o mesmo modelo, afim de tornar o trabalho da Assecom eficiente e, ainda, poupar tempo dos gestores do Conselho.

9.1.9 Relatórios de Resultados (citado no item 8.9):

Conseguir mídia espontânea é o papel da Assessoria de Imprensa. Depois desse trabalho de agendamento é necessário mensurar resultados obtidos com as entrevistas e quanto a instituição deixou de gastar se fosse pôr a marca em evidencia por meio da publicidade paga. Esses resultados são verificados pelo relatório de centimetragem e minutagem, ou seja, os centímetros e minutos ocupados num jornal impresso, ou de minutos em rádio e TV. Essa tabela é distribuída pelos veículos de comunicação local.

O acompanhamento da execução do plano de comunicação será realizado mediante a apresentação de relatórios elaborados pela área de Assessoria de Comunicação do CAU/RR. O documento terá periodicidade semestral e deverá apresentar as seguintes informações:

- Os canais implementados e a avaliação dos resultados alcançados com a comunicação; o material distribuído – locais e quantidades; Notícias/matérias veiculadas; Gráficos estatísticos acerca da efetividade das ações; os resultados constantes do relatório trimestral visam à avaliação da eficiência dos canais de comunicação com base nos critérios fixados pela área de comunicação e a adoção de medidas corretivas, caso seja necessário.

10 PREVISÃO ORÇAMENTÁRIA

Um dos fatores de sucesso da gestão estratégica é o nível de alinhamento entre os projetos e atividades estratégicos ao orçamento. Deve existir, necessariamente, previsão orçamentária para as iniciativas estratégicas. Para isso, há a necessidade de um dimensionamento de longo prazo dos recursos de todos os tipos de fontes: recursos orçamentários, recursos extra orçamentários e receita própria.

Além disso, deve-se compatibilizar a aplicação correta dos recursos às necessidades estratégicas levantadas, considerar as restrições institucionais e legais para orientação dos recursos e as necessidades de investimentos e custeio operacional.

Todas as atividades de comunicação geram despesas e o PCI poderá ainda deve incluir a previsão orçamentária que estabeleça os custos para cada ação constante nele. A previsão orçamentária para realizar tais ações é de R$ **XXXXXXXX** (por extenso).

Boa Vista/RR, 02 de janeiro de 2017.

Dennis Martins
Jornalista e Analista em Comunicação
Registro Profissional n. 337/RR

ANEXO I - CRONOGRAMA DA COMUNICAÇÃO 2017

	02/01 (seg)	11/01 (qua)	20/01 (sex)	25/01 (seg)		01/02 (qua)	01 a 17	06/02 (seg)			01/03 (qua)	13/03 (seg)	20/03 (seg)	24/03 (sex)
JAN	Finalização do Planejamento	Envio por e-mail do Plano aos Conselheiros Estaduais	Apresentação dos resultados de 2016 e do Planejamento ao Conselho	Criação do Instagram do CAU/RR/ Solicitação de documentos dos setores para atualizar o Portal da Transparência	**FEV**	Aprovação do Plano de Comunicação ao Conselho e começo da abertura de processos./ Último prazo Portal Transparência	Preparação da Campanha do dia da mulher e artigo para o site	Abertura dos processos: anuário, impressão, eventos e mídia		**MAR**	Lançamento da 1º Campanha: "Sou Mulher, Sou Arquiteta"/ Intensificar solicitação de artigos dos profissionais	Publicação do 1º Artigo no "Opinião de Arquiteto"/ Produção do e-book	Divulgação do Prêmio de Jornalismo ou de Fotografia Lançamento do Edital/ Lanc. E-book	Contato com acadêmicos para participação do vídeo/ preparação das artes Facebook/ Instagram
	03/04 (seg)	**10/04 (seg)**	**13/04 (qui)**	**28/04 (sex)**		**01/05 (seg)**	**14/05 (dom)**	**15/05 (seg)**	**25/05 (qui)**		**01/06 (qui)**	**05/06 (seg)**	**30/06 (sex)**	
ABR	Começo da Captura de Imagens para campanha "O mercado me espera"/ solicitação Arte Dia das Mães	Edição do vídeo	Aprovação do vídeo e peças	Aprovação Arte Dia das Mães	**MAI**	Preparação das matérias do jornalzinho	Dia das Mães	Lançamento Campanha: "O mercado me Espera"/ Envio dos textos e fotos para diagramação do jornal/ Vídeo Youtube	Impressão do Material	**JUN**	Lançamento House Organs Envio por e-mail	Preparação do Simpósio/ abertura de inscrição e definição de palestrantes	Entrega do 1º Relatório de Assessoria	
	03/07 (seg)	**07/07 (seg)**	**30/07 (qui)**			**13/08 (dom)**	**15/08 (ter)**	**21/08 (seg)**	**28/08 (seg)**		**11/09 (seg)**	**15/09 (sex)**	**25/09 (seg.)**	**30/09 (seg)**
JUL	Envio das informações para Produção do Anuário	Briefing da Campanha "O que faz o arquiteto"/ Solicitação arte Pais	Aprovação das peças da Campanha/ aprovação arte pais		**AGO**	Dia dos Pais	Lançamento campanha: "O que faz o Arquiteto"	II Simpósio de Arquitetura e Eng. Civil (CAU, CREA)	Revisão do Anuário	**SET**	Verificação das Correções do Anuário	Solicitação da Arte Outubro Rosa	Convocação e briefing da campanha do Dia do Arquiteto com a empresa	Impressão do Anuário/ Aprovação e Publicação da Arte Outubro Rosa
	02/10 (seg)	**09/10 (seg)**	**30/10 (seg)**	**31/10 (ter)**		**06/11 (seg)**	**10/11 (seg)**	**13/11 (seg)**	**20/11 (seg)**		**01/12 (sex)**	**01 a 15**	**16/12 (sáb)**	**22/12 (sext)**
OUT	Escolha do Itinerário do Busdoor/ Solicitação da Arte Novembro Azul	Escolha da sala de Cinema para veiculação/ Aprovação do Espaço p/ Dia do Arquiteto	Definição da Programação Cultural do Dia do Arquiteto/ Aprovação da Arte Novembro Azul e Publicação	**Eleições do CAU/RR**	**NOV**	Briefing das peças e vídeos	Preparação de Presskits (Imprensa e profissionais)	Aprovação das peças	Busdoor na rua/ Vídeo de 1' e 30" para impulsionar/ Salas de Cinema	**DEZ**	Lançamento da Campanha do Dia do Arquiteto	Agendamentos com a Imprensa/ Acomp. da Festa	Celebração Dia do Arquiteto e Urbanista	Entrega do 2º Relatório de Assessoria

ANEXO II - TERMO DE REFERÊNCIA PARA SERVIÇOS GRÁFICOS

CAPÍTULO 1
DO OBJETO

1.1 Considerando a crescente demanda de serviços voltados à Impressões Gráficas do CAU/RR (Conselho de Arquitetura e Urbanismo de Roraima), tais como banners, folders, adesivos, revistas, faixas, presskits, blocos de anotações, pastas, etc... para atender aos eventos do Conselho como: fóruns, reuniões temáticas, seminários, entre outros, faz-se necessário contratar empresa especializada com experiência comprovada na prestação de serviços de Impressões Gráficas para atender ao calendário 2017 de atividades com a participação e/ou promoção do CAU/RR;

1.2 As mídias impressas são consideradas de natureza continuada, pois reforçam a imagem da marca do Conselho nos eventos promovidos pelo Conselho, junto a sociedade e classe profissional de arquitetos e urbanistas. Elas são fundamentais para a viabilização de atividades de promoção e manutenção da imagem do CAU/RR.

CAPÍTULO 2
DA JUSTIFICATIVA

2.1. As mídias impressas têm importância significativa para a consecução dos objetivos de CAU/RR. Esta contratação é oportuna, pois necessita-se de contratado que possa suprir no que tange esses serviços de impressão gráfica associados às finalidades essenciais do CAU/RR. Como exposto no Planejamento de Comunicação 2017 da parte de 50% de investimento na publicidade e propaganda institucional.

CAPÍTULO 3
ESCOLHA DA MODALIDADE LICITATÓRIA

3.1 Considerando que os padrões, os níveis de qualidade, a qualificação técnica, as quantificações e as especificações dos produtos a serem adquiridos estão adequadamente definidos por meio de especificações usuais no mercado e de modo objetivo no presente Termo de Referência, entende-se que a contratação que ora se pretende está enquadrada como bem comum, tendo a obrigatoriedade na modalidade Pregão Eletrônico (ou qual convier), do tipo Menor Preço, na forma de execução indireta, de conformidade com a Lei nº 10.520, de 17 de julho de 2002, publicada no D.O.U., de 18 de julho de 2002 e as alterações

CAPÍTULO 4
QUANTIDADE DESCRIÇÃO DOS EQUIPAMENTOS

4.1 Desenvolvimento, confecção e impressão de materiais gráficos, tais como: convites, folders, crachás, pastas, canetas, blocos de anotações, banners; certificados de participação, produção de placas, e outros que se fizerem necessários, com agilidade e presteza para o evento;

4.2 Visa o presente Termo de Referência detalhar a quantidade estimativa e descrição dos elementos necessários à contratação de empresa de impressão diversos, conforme a seguir:

CAPÍTULO 5
MATERIAIS GRÁFICOS

5.4.1 Serviços de criação de peças publicitárias devem passar exclusivamente pela aprovação as Assessoria de Comunicação e aval da presidência do CAU/RR;

5.4.2 Criação da arte da capa com impressão de Bloco de anotações formato: 14 cm x 10 cm, papel sultife 72 g/m2 com logotipo 4 cores impresso na parte superior, sem pauta, com 50 folhas, 300 unidades;

5.4.3 Criação da arte com impressão Banners com medida de 0,80 x 1,20m, com impressão 360x360 dpi, policromia, impressão digital em lona vinílica fosca ou em tecido, com suporte 4 unidades;

5.4.4 Criação da arte com impressão Certificados de participação, impressos em papel especial, 120 g/m2, 4/1 cores; 200 unidades;

5.4.3 Criação da arte com impressão Pastas em papel couchê cartonado (230 gramas), 4x4 cores, com bolso interno para acomodar folhas A4, 1 dobra, com logotipo do evento, estampa com verniz localizado, dobra e vinco, 200 unidades;

5.4.4 Criação da arte com impressão Caneta esferográfica em cores diversas, com logomarca em 4 cores 200 unidades (esferográficas inclusas);

5.4.5 Criação da arte com impressão Folder - programação dos eventos em papel couchê fosco 120 g/m2, 4x4 cores, formato especial, 1 dobra, 300 unidades;

5.4.6 Criação da arte com impressão Cartazes em formato A3 em papel couchê 100mg, 4x4 cores, 200 unidades.

5.4.7 Criação da arte de Busdoor e veiculação - Estratégia para o dia do arquiteto e urbanistas de arte fixadas na traseira de 5 ônibus, com rotas escolhidas, num período de 30 dias. Lançamento: 20/11/2017

5.4.8.Jornal Institucional (House Organs) - Jornal terá 8 páginas, coloridas em papel couche, gramatura 120, A3 dobrado ao meio, com fotos, palavra do presidente, tiragem de 200 exemplares, periodicidade mensal. Lançamento: 01/06/2017

CAPÍTULO 8
APROVAÇÃO DO CAU/RR

8.1 Será obrigatória a aprovação das peças e arte pela AsseCom e presidência do CAU/RR;

CAPÍTULO 9
DESCRIÇÃO DA FORMA DE PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS

9.1 As demandas de criação deverão ser entregues à contratada com pelo menos 10 dias de antecedência;

9.2 Cada arte será acompanhada de briefing para confecção;

9.3 Em caso de não aprovação a CONTRATADA deverá substituir as artes imediatamente, de modo a não comprometer a continuidade do trabalhos e cronograma pré-estabelecido pela Comunicação, além de não está de acordo com o briefing repassado;

9.4 A responsabilidade de entrega e impressão inerentes ao objeto deste Termo de Referência será única e exclusiva da CONTRATADA;

9.5 A CONTRATADA receberá Cópia do Plano de Comunicação Estratégico para se organizar e por meio do Cronograma do Plano, garantindo que não haja atrasos na entrega do material;

9.7 Não haverá justificativas de atraso nas entregas, uma vez que a CONTRATADA terá em mãos o Planejamento para 2017, assim sendo responsável pela pontualidade;

CAPÍTULO 10
DAS RESPONSABILIDADES E OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

7.1 Manter, durante toda execução do Contrato, as condições de habilitação e qualificação exigidas, sob pena de multa e rescisão contratual;

7.2 Responsabilizar-se pelas despesas com a utilização de mão-de-obra para a condução dos veículos, encargos sociais, bem como demais obrigações trabalhistas e previdenciárias legalmente previstas;

7.3 Responder por todos os danos materiais e/ou pessoais causados ao CONTRATANTE e/ou a terceiros em decorrência da atuação da má prestação de serviço;

7.4 Prestar os serviços objeto da presente licitação, obedecendo às disposições legais e regulamentos pertinentes;

7.5 Indicar preposto, informando telefone fixo, telefone celular e e-mail para contato com a CONTRATADA, comunicando qualquer alteração que venha a ocorrer nesses dados;

7.6 Providenciar a imediata correção das deficiências apontadas pela CONTRATANTE, quanto aos serviços contratados;

7.7 Apresentar Nota Fiscal/Fatura, em duas vias, detalhando o valor total dos serviços prestados, especificações e valores unitários, um relatório com fotos de cada evento no período;

7.8 Executar o objeto, em conformidade com as condições e prazos estabelecidos neste Termo de Referência;

7.9 Notificar aos prestadores de serviço de que não poderão ter relação de emprego com o CAU/RR e deste não poderão demandar quaisquer pagamentos;

7.10 Não transferir, total ou parcialmente, os direitos e obrigações vinculadas ao presente Termo de Referência, subcontratando somente quando necessário os fornecedores indispensáveis para o bom andamento das entregas das demandas sob sua responsabilidade e coordenação;

7.11 Responder por perdas e danos em que vier a sofrer o CAU/RR e terceiros, motivada pela a ação ou omissão, na forma dolosa ou culposa, independente de outras cominações pactuadas neste Termo de Referência ou pela legislação a que estiver sujeita, garantido o contraditório e a ampla defesa, nos termos e aplicações da lei;

7.12 Aceitar, nas mesmas condições pactuadas, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários no objeto deste Termo de Referência, até o limite previsto no § 1º do art. 65 da Lei nº 8.666/93;

7.13 Reparar e corrigir eventuais falhas, defeitos ou incorreções, detectados na forma prevista neste Termo de Referência e na Lei 8.666/93, em tudo o que couber;

7.14 Implantar, de modo adequado, a supervisão permanente dos serviços, de modo a obter uma operação correta e eficaz;

CAPÍTULO 8
DAS OBRIGAÇÕES E RESPONSABILIDADES DO CONTRATANTE

8.1 Acompanhar e fiscalizar a execução do Contrato, bem como atestar, na Nota Fiscal de Serviços/Fatura, a efetiva prestação do serviço, pelo servidor Gestor do Contrato ou outro designado pela autoridade competente;

8.2 Observar e fazer cumprir fielmente o que estabelece este Termo de Referência;

8.3 Proporcionar todas as facilidades necessárias à perfeita execução do objeto licitado;

8.4 Designar responsável para o acompanhamento e fiscalização da execução do serviço objeto desta licitação;

8.5 Responsabilizar-se pelos pagamentos devidos, na forma pactuada neste Termo de Referência;

8.6 Comunicar à CONTRATADA qualquer ocorrência, diligenciando para que as irregularidades ou falhas sejam plenamente corrigidas;

8.7 Notificar, por escrito, a CONTRATADA da aplicação de eventuais penalidades, garantindo-lhe o direito ao contraditório e à ampla defesa.

CAPÍTULO 9
DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

9.1 O licitante será punido com o impedimento de licitar e contratar com a União, Estados, Distrito Federal ou Municípios e ser descredenciado no SICAF e no cadastro de fornecedores do CONTRATANTE, pelo prazo de até 5 (cinco) anos, sem prejuízo das multas previstas neste Termo de Referência e demais cominações legais, nos seguintes casos:

9.1.1 Apresentação de documentação falsa;

9.1.2 Retardamento da execução do objeto;

9.1.3 Falhar na execução do contrato;

9.1.4 Fraudar na execução do contrato;

9.1.5 Comportamento inidôneo;

9.1.6 Declaração falsa;

9.1.7 Fraude fiscal;

9.2 Para os fins do item 9.1.5, reputar-se-ão inidôneos atos tais como os descritos nos artigos 92, parágrafo único, 96 e 97, parágrafo único, da Lei n.º 8.666/1993;

9.2.1.Para condutas descritas nos itens 9.1.1, 9.1.4, 9.1.5, 9.1.6 e 9.1.7 será aplicada multa de, no máximo, 15% do valor do contrato;

9.3.Para os fins dos itens 9.1.2 e 9.1.3, poderá ser aplicada multa nas seguintes condições, isolada ou cumulativamente: 9.3.1 multa de 1,0% (um por cento) sobre o valor total do evento, por hora ou fração de hora de atraso na entrega dos

produtos e/ou serviços, requeridos nos prazos e condições definidos nas ordens de serviços (OS) para o evento, até o máximo de 15% (vinte por cento), por ocorrência;

9.3.1 as ocorrências descritas nos subitens 9.3.1 e 9.3.2 poderão implicar na rescisão unilateral do contrato;

9.3.2 multa de até 15% (quinze por cento) do valor do contrato no caso de inexecução total do contrato, sem prejuízo da rescisão unilateral da avença. 4. O valor da multa poderá ser descontado do pagamento a ser efetuado ao CONTRATADO;

9.4 Se o valor a ser pago ao CONTRATADO não for suficiente para cobrir o valor da multa, a diferença será descontada da garantia contratual;

9.4.1 Se o valor do pagamento e da garantia forem insuficientes, fica o CONTRATADO obrigado a recolher a importância devida no prazo de 15 (quinze) dias, contado da comunicação oficial;

9.4.2 Esgotados os meios administrativos para cobrança do valor devido pelo CONTRATADO ao CONTRATANTE, esta será encaminhada para providências judiciais 9.4.4 Caso o valor da garantia seja utilizado no todo ou em parte para o pagamento da multa, esta deve ser complementada no prazo de até 10 (dias) dias úteis, contado da solicitação do CONTRATANTE.

CAPÍTULO 10
DO ACOMPANHAMENTO E FISCALIZAÇÃO

10.1 Durante a vigência do contrato, o servidor designado para Fiscal do Contrato deverá manter contínuo contato com o preposto da CONTRATADA, visando, prioritariamente, à solução de eventuais problemas e/ou esclarecimentos;

10.2 O servidor responsável pelo acompanhamento e fiscalização do contrato deverá apurar e assentar em registro próprio todas as ocorrências relacionadas com o mesmo;

10.3 Os comprovantes exigidos neste Termo de Referência e no Edital deverão ser acolhidos pelo Gestor do Contrato antes e durante a execução do contrato;

10.4 Indicar as possíveis GLOSAS realizadas nas faturas, relatando os fundamentos, as razões e as justificativas, sem prejuízo de detalhar a memória do cálculo adotado;

10.5 As decisões e providências que ultrapassarem a competência do representante deverão ser solicitadas ao seu gestor, em tempo hábil para adoção das medidas convenientes;

10.6 Da mesma forma, a CONTRATADA deverá indicar um preposto para, se aceito pelo CAU/RR, representá-la na execução do Contrato;

10.7 Nos termos da Lei nº 8.666/93, constituirá documento de autorização para a execução dos serviços o Contrato assinado, acompanhado da nota de empenho;

10.8 O CAU/RR poderá rejeitar, no todo ou em parte, os serviços prestados, se em desacordo com o Contrato;

10.9 Monitorar a execução do contrato e exigir a qualidade efetiva dos serviços contratados, além de conferir a compatibilidade das Notas Fiscais/Faturas e documentação exigível para pagamento, antes, do devido e competente ATESTO DAS FATURAS;

10.10 Atestar as Notas Fiscais/Faturas dos serviços;

10.11 Adotar procedimentos formais, devidamente ancorados nos dispositivos deste Termo de Referência e anexos, desde que legítimos e legais, com a finalidade de proteger ao CAU/RR, sem prejuízo de avaliar as reclamações e sugestões dos usuários diretos dos serviços;

10.12 Assentar todos as demandas contratuais em registro próprio; e, nos casos em que se exigir apuração de responsabilidades, adotar, primeiramente, ações de controle visando cessar os efeitos da ocorrência; após, as providências de ordem processual, tempestivamente;

10.13 A execução do Contrato será acompanhada e fiscalizada por representante, servidor público regularmente designado pelo CAU/RR, nos termos da Lei nº 8.666/1993;

10.14. Os serviços deverão ser demandados por meio de formalização da ORDEM DE SERVIÇOS, na qual serão estabelecidos os serviços a serem demandados, os prazos de entrega, de recebimento provisório e definitivo, dentre outros.

CAPÍTULO 11
DO PRAZO DE VIGÊNCIA

11. 1 O prazo de vigência do contrato será de 12 meses, com início na data da assinatura, prorrogável na forma do artigo 57, inciso II, da Lei nº 86.66, de 1993, mediante justificado interesse da Administração.

11.2 A contratada fica obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessárias, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento), do valor inicial atualizado do contrato, conforme legislação vigente.

CAPÍTULO 12
DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

12.1 Os recursos necessários ao atendimento das despesas correrão à conta dos recursos orçamentários deste Conselho estão assim previstos: Conta: xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx – Despesas com Criação e Impressões Gráficas será

previamente consignada dotação orçamentária suficiente para cobertura das despesas estimadas referente ao próximo exercício.

CAPÍTULO 13
VALOR ESTIMADO

13.1 O valor máximo estimado para essa contratação é de R$ xxxxxxxxxxxxxx (por extenso).

CAPÍTULO 14
FORMA DE PAGAMENTO E RECEBIMENTOS PROVISÓRIO E DEFINITIVO

14.1 A documentação de cobrança deverá ser enviada ao CAU/RR, situada na rua major Williams, n. xxx, São Francisco, em Boa Vista/RR, Telefones (95) 3224-2967, das 7h30 às 13h30, com a antecedência mínima de 10 (dez) dias úteis da data do vencimento;

14.2 O pagamento só será realizado após a apresentação do documento fiscal exigível em conformidade com a legislação e discriminando todas as importâncias devidas, além das informações sobre o banco, agência e número da conta corrente da contratada;

14.3 O pagamento será creditado em nome da contratada, em conta corrente por ela indicada ou por meio de ordem bancária para pagamento de faturas com código de barras, uma vez satisfeitas às condições estabelecidas nessa contratação;

14.4 O pagamento será realizado mediante o ateste da Nota Fiscal/Fatura pelo CAU/RR. O documento fiscal deverá destacar as retenções previstas na Instrução Normativa RFB nº 1.234, de 11 de janeiro de 2012 e demais legislações pertinentes;

14.5 Na hipótese de a contratada ser optante do simples, a fim de afastar a retenção de tributos, conforme art. 4º, XI, da Instrução Normativa RFB nº 1.234/2012, deverá anexar à fatura declaração assinada pelo representante legal, sob as penas da lei;

14.6 Sendo identificada cobrança indevida, havendo erro na Nota Fiscal ou circunstância que impeça a liquidação da despesa, os fatos serão informados à CONTRATADA, e a contagem do prazo para pagamento será reiniciada a partir da reapresentação da Nota Fiscal devidamente corrigida;

14.7 Nenhum pagamento será realizado pelo CAU/RR sem que antes seja procedida prévia e necessária consulta de regularidade da CONTRATADA, bem como da comprovação do recolhimento das contribuições sociais (FGTS e Previdência Social) correspondentes ao mês da última competência vencida;

14.8 Constatada a situação de irregularidade da CONTRATADA, será a mesma advertida, por escrito, no sentido de que regularize sua situação ou apresente sua

defesa, sob pena de rescisão do contrato, sem prejuízo da aplicação das penalidades legais;

14.9 Serão retidos na fonte os tributos e contribuições sobre os pagamentos efetuados, utilizando-se as alíquotas previstas para os serviços objeto deste Termo de Referência, conforme determina a legislação vigente;

14.10 O CAU/RR não fará nenhum pagamento à CONTRATADA antes de paga ou relevada a multa que porventura lhe tenha sido aplicada;

14.11 Na contagem dos prazos estabelecidos neste Termo de Referência, para efeito de pagamento, excluirá o dia do início e incluir-se-á o dia do vencimento, só se iniciando e se vencendo os prazos em dia de expediente no CAU/RR;

14.12 O CAU/RR reserva-se o direito de suspender o pagamento no caso de constatar alguma divergência, impactando a suspensão apenas na respectiva Nota Fiscal/Fatura onde se observou a ocorrência;

14.13 Ocorrendo eventuais atrasos de pagamento, provocados exclusivamente pelo CAU/RR, o valor devido deverá ser acrescido de atualização financeira, e sua apuração se fará desde a data de seu vencimento até a data do efetivo pagamento, caberá a cobrança de juros moratórios de 0,5% (cinco décimos por cento) ao mês, até o efetivo pagamento, além da atualização monetária;

14.14 O CAU/RR não pagará juros de mora por atrasos de pagamentos com ausência total ou parcial de documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes neste Termo de Referência. O CAU/RR reserva-se o direito de não efetuar o pagamento se, no ato da atestação, o produto não estiver de acordo com a especificação exigida;

14.15 A simples existência da relação contratual sem a contraprestação do serviço não enseja nenhum pagamento à contratada;

14.16 O CAU/RR não se responsabilizará pelo pagamento de quaisquer serviços realizados sem a solicitação e autorização do fiscal do contrato;

14.17 O recebimento provisório dos serviços prestados será feito em até 5 (cinco) dias úteis após sua execução, quando, se aceito, será efetuado o recebimento definitivo.
]

CAPITULO 15
CONDIÇÕES PARA PARTICIPAR DA LICITAÇÃO

15.1 DAS CONDIÇÕES E VEDAÇÕES

15.1.1 Poderão participar do certame os interessados que estiverem previamente credenciados no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores (Sicaf) e perante o sistema eletrônico provido pela Secretaria de Logística e Tecnologia da

Informação do Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão (SLTI), por meio do sítio www.comprasnet.gov.br;

15.1.1.1 Para ter acesso ao sistema eletrônico, os interessados em participar deste Pregão deverão dispor de chave de identificação e senha pessoal, obtidas junto à SLTI, onde também deverão informar-se a respeito do seu funcionamento e regulamento e receber instruções detalhadas para sua correta utilização;

15.1.1.2 O uso da senha de acesso pelo licitante é de sua responsabilidade exclusiva, incluindo qualquer transação por ele efetuada diretamente, ou por seu representante, não cabendo ao provedor do sistema ou ao CAU/RR responsabilidade por eventuais danos decorrentes do uso indevido da senha, ainda que por terceiros;

15.1.2 Não poderão participar do certame: 15.1.2.1 Empresário suspenso de participar de licitação e impedido de contratar com o CAU/RR, durante o prazo da sanção aplicada;

15.1.2.2 Empresário declarado inidôneo para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação;

15.1.2.3 Empresário impedido de licitar e contratar com a União, durante o prazo da sanção aplicada;

15.1.2.4 Sociedade estrangeira não autorizada a funcionar no País;

15.1.2.5 Empresário cujo estatuto ou contrato social não inclua o objeto deste Pregão;

15.1.2.6 Empresário que se encontre em processo de dissolução, recuperação judicial;

15.1.2.7 Sociedades integrantes de um mesmo grupo econômico, assim entendidas aquelas que tenham diretores, sócios ou representantes legais comuns, ou que utilizem recursos materiais, tecnológicos ou humanos em comum, exceto se demonstrado que não agem representando interesse econômico em comum;

15.1.2.8 Dirigentes, conselheiros e colaboradores do CAU/RR, inclusive familiares, na forma prevista no art. 7º do Decreto nº 7.203, de 2010. 15.1.2.9 Consórcio de empresa, qualquer que seja sua forma de constituição;

15.2 DA QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

15.2.1 A licitante deverá apresentar ou declaração de capacidade técnica, em nome do licitante, que comprove aptidão para desempenho para o serviço, compatível em características, quantidades e prazos com o objeto deste Pregão, conforme especificações contidas no termo de referência em anexo;

15.2.2 Certificado válido de cadastramento no Ministério do Turismo, de que trata o art. 22 da Lei 11.771/2008, demonstrando que está autorizado a prestar serviço de impressão gráfica;

15.4 DA REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA 15.4.1 Comprovante de Inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica do Ministério da Fazenda (CNPJ/MF); 15.4.2 Certidão negativa de débitos relativos aos tributos federais e à dívida ativa da União, expedida pela Receita Federal do Brasil; 15.4.3 Certidão negativa de débitos estaduais e municipais, expedida pela Secretaria de Fazenda; 15.4.4 Certidão de regularidade para com o FGTS – Fundo de Garantia por Tempo de Serviço, expedida pela CEF. 15.4.5 Certidão negativa de débitos trabalhista, expedida pelo TST.

15.5 DAS DECLARAÇÕES

15.5.1 Declaração que cumpre plenamente os requisitos exigidos para habilitação e sujeita-se aos termos e condições da licitação. 15.5.2 Declaração de não possuir em seu quadro de pessoal empregado menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e menor de 16 (dezesseis) anos em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz a partir de 14 (quatorze) anos. 15. 5.3 Declaração do proponente que não está suspenso do direito de licitar e não tenha sido declarado inidôneo por qualquer órgão ou entidade do Governo Federal, Estadual ou do Distrito Federal e Municipal.

15.6 DA HABILITAÇÃO JURÍDICA

15.6.1 Documentação relativa ao registro comercial, ato constitutivo, contrato social ou estatuto, devidamente registrados nos órgãos competentes, e, quando couber, documento de eleição dos administradores e decreto de autorização de empresa estrangeira para funcionamento no País, na forma da legislação aplicável.

CAPÍTULO 16
DA GARANTIA CONTRATUAL

16.1 Será exigida da licitante vencedora, no prazo máximo de 10 (dez) dias, a partir da assinatura do contrato, prestação de garantia contratual em favor do CAU/RR, correspondente a 5% (cinco por cento) do valor total do contrato, numa das seguintes modalidades de que trata o artigo 56 da Lei nº 8.666/93: 16.1.1 Caução em dinheiro ou títulos da dívida pública federal;

16.1.2 Seguro-garantia;

16.1.3 Fiança bancária;

16.2 Caso a licitante vencedora opte por apresentar títulos da dívida pública, eles deverão ter valor de mercado compatível com aquele a ser garantido, preferencialmente em consonância com as espécies recomendadas pelo Governo Federal, como os previstos no art. 2º da Lei nº 10.179/2001. 16.3 Caso a licitante opte pela caução em dinheiro, deve providenciar o depósito perante instituição

financeira indicada pelo CAU/RR, em conta remunerada, para os fins específicos a que se destina, sendo o recibo de depósito o único meio hábil para comprovar esta exigência;

16.4 Se o valor da garantia for utilizado, total ou parcialmente, em pagamento de qualquer obrigação, a licitante deverá proceder à respectiva reposição no prazo de até 3 (três) dias úteis, contados da data em que for notificada pelo CAU/RR, sob pena de rescisão contratual, multa e responsabilização da licitante pelos eventuais danos causados ao CAU/RR;

16.5 A garantia será restituída à licitante após total cumprimento das obrigações pactuadas no contrato, nos termos da legislação vigente.

CAPÍTULO 17
DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

17.1 Esclarecimentos relativos ao Termo de Referência serão prestados pela Gerência Administrativa, no horário das 7h30 às 13h30, sede do CAU/RR, Av. Major Williams, n.

De acordo.
Aprovo o Termo de Referência nos moldes delineados, à vista de todo o detalhamento descrito no referido documento e encaminho à Comissão de Licitação, conforme o caso, para as providências devidas quanto à elaboração do Edital e demais procedimentos.

Boa Vista/RR, xxxx de janeiro de 2017.

ANEXO III - TERMO DE REFERÊNCIA PARA EVENTOS

CAPÍTULO 1
DO OBJETO

1.1 Considerando a crescente demanda de serviços voltados à realização dos eventos de capacitação e de ações institucionais, tais como fóruns, reuniões temáticas, seminários, entre outros, faz-se necessário contratar empresa especializada com experiência comprovada na prestação de serviços de planejamento agregadas aos serviços de organização de eventos e serviços correlacionados para atender ao calendário 2017 de atividades com a participação e/ou promoção do CAU/RR (Conselho de Arquitetura e Urbanismo de Roraima). Estes eventos compreenderão as atividades de planejamento pré-evento, execução, acompanhamento e serviços pós-eventos, podendo ser de pequeno e médio porte. Esses serviços são considerados de natureza continuada, uma vez que a realização destes eventos são fundamentais para a viabilização de atividades fundamentais para o Conselho, como treinamentos, capacitações e seminários.

CAPÍTULO 2
DA JUSTIFICATIVA

2.1. A realização de eventos, tanto de pequeno quanto de médio porte, tem importância significativa para a consecução dos objetivos de CAU/RR. Esta contratação é oportuna, pois necessita-se de contratado que possa suprir no que tange esses serviços de organização de eventos associados às finalidades essenciais do CAU/RR, sendo que cada evento para a realização será precedido de exposição de motivos clara, detalhada e específica.

CAPÍTULO 3
ESCOLHA DA MODALIDADE LICITATÓRIA

3.1 Considerando que os padrões, os níveis de qualidade, a qualificação técnica, as quantificações e as especificações dos produtos a serem adquiridos estão adequadamente definidos por meio de especificações usuais no mercado e de modo objetivo no presente Termo de Referência, entende-se que a contratação que ora se pretende está enquadrada como bem comum, tendo a obrigatoriedade na modalidade Pregão Eletrônico (ou qual convier), do tipo Menor Preço, na forma de execução indireta, de conformidade com a Lei nº 10.520, de 17 de julho de 2002, publicada no D.O.U., de 18 de julho de 2002 e as alterações.

CAPÍTULO 4
QUANTIDADE DESCRIÇÃO DOS EQUIPAMENTOS

4.1 A Contratada prestará os seguintes serviços:

4.1.1 Assessoria no planejamento estratégico, organizacional e operacional do evento;

4.1.2 Assessoria com profissionais especializados durante o evento, conforme as exigências do Termo de Referência;

4.1.3 Elaboração de projeto do evento, contendo detalhado plano de trabalho;

4.1.4 Acompanhamento e execução do planejamento operacional;

4.1.5 Organização, execução e acompanhamento da preparação da infraestrutura física para a realização do evento;

4.1.6 Fornecimento de mão-de-obra especializada para o apoio logístico e operacional no evento, conforme as exigências do Termo de Referência;

4.1.7 Fornecimento através de subcontratação de serviços de terceiros que se fizerem necessários como: buffet, garçons, copeiras, recepcionistas, mestre de cerimônias, músicos, operadores técnicos, tradutores, seguranças e outros, conforme as especificações do Termo de Referência;

4.2 Visa o presente Termo de Referência detalhar a quantidade estimativa e descrição dos elementos necessários à contratação de empresa de eventos diversos, conforme a seguir:

CAPÍTULO 5

LOCAÇÃO DE ESPAÇO FÍSICO CELEBRAÇÕES COM INTERNET E SONORIZAÇÃO

(O espaço deverá ficar necessariamente na cidade de Boa Vista e a locação está condicionada à aprovação prévia do CAU/RR); Auditório com capacidade entre 100 a 300 pessoas diária, com mesas (4 – 6 pessoas) com cadeiras, com sonorização (microfones sem fios)

5.1 ALIMENTOS E BEBIDAS:

a) **Coffee Break Tipo 01** (quantidade 13 por pessoa): Café, leite e 02 tipos de bolo e pão ou 02 opções de massas doces (ex. rosca, croissant, mini eclair) de queijo. Inclui serviços de copa e garçom;

b) **Coffee Break Tipo 02** (quantidade 13 por pessoa): Café, leite, Chá, 02 tipos de suco, variações de salgados fritos e assados, 02 tipos de bolo ou 02 opções de massas doces (ex. rosca, croissant, mini eclair) e pão de queijo. Inclui serviços de copa e garçom; Fornecimento de água mineral em garrafas individuais, 500 ml (servido em copo de vidro) unidade 125 15 Fornecimento de café (Garrafas Térmicas com capacidade de 1 litro) garrafa 200 16 Garrafão de água - 20 litros; Refrigerantes (normal, Light ou zero) incluir copos Litro 150 20 Suco de fruta (light e normal) - incluir jarra, copos açucar e adoçante;

5.2 02 **(duas) Recepcionista** uniformizado (08 horas)

5.3 **Serviços de filmagem e fotografia com mão-de-obra especializada – duas unidades**

Por ser um método novo, podemos alcançar determinados públicos e os objetivos desejados na comunicação da marca. Além do crescimento recorde que o cinema atingiu essa mídia também possui outras vantagens como: detém a atenção das pessoas; grande impacto, tem segmentação e os custos acessíveis. Produziremos Animação em Vídeo de 30” segundos.
Lançamento: 20/11/2017

5.4 Da estrutura básica e montagem do evento

5.4.1 Púlpito com ponto de luz - instalação de 1 unidade de Púlpito com suporte para microfone e água;

5.4.2 Mesa de autoridades para 7 lugares, com toalha azul e arranjo floral;

5.4.3 Hastes com bandeiras do Brasil, Roraima e do CAU/RR;

5.4.4 Hinos Nacional e Roraima em Vídeos;

5.4.5 Sonorização com 5 microfones sem fio, com capacidade de atender voz, violão, teclado, guitarra e bateria;

5.4.6 Um operador de som e duas pessoas para logística de montagem;

5.4.7 Iluminação do evento;

CAPÍTULO 6
LOCAÇÃO DE ESPAÇO FÍSICO APRENDIZADO COM INTERNET:

O espaço deverá ser de alto padrão e ficar necessariamente na cidade de Boa Vista e a locação dependerá de aprovação prévia do CAU/RR, Auditório com capacidade entre 50 a 100 pessoas, com mesas e cadeiras;

6.1 Alimentos e Bebidas:

6.1.2 Coffee Break Tipo 01 (quantidade 13 por pessoa): Café, leite e 02 tipos de bolo e pão ou 02 opções de massas doces (ex. rosca, croissant, mini eclair) de queijo. Inclui serviços de copa e garçom;

6.1.2 Coffee Break Tipo 02 (quantidade 13 por pessoa): Café, leite, Chá, 02 tipos de suco, variações de salgados fritos e assados, 02 tipos de bolo ou 02 opções de massas doces (ex. rosca, croissant, mini eclair) e pão de queijo. Inclui serviços de copa e garçom; Fornecimento de água mineral em garrafas individuais, 500 ml (servido em copo de vidro) unidade 125 15 Fornecimento de café (Garrafas Térmicas com capacidade de 1 litro) garrafa 200 16 Garrafão de água - 20 litros; Refrigerantes (normal, Light ou zero) incluir

6.1.3 copos Litro 150 20 Suco de fruta (light e normal) - incluir jarra, copos açucar e adoçante;

6.1.4 **02 (duas) Recepcionista** uniformizado (08 horas);

6.1.5 **Serviços de fotografia com mão-de-obra especializada;**

6.1.6 **Fotógrafo** com Experiência. Equipamento próprio e entrega de cd com fotos tratadas do evento.

6.1.7 CAPÍTULO 7
TIPO DE EVENTOS DE EVENTOS

7.1 O CAU/RR informará, conforme a demanda, o número de participantes de cada evento**;**

7.2 **Conferências:** apresentação por autoridade em determinado assunto de um tema informativo, geralmente técnico ou científico;

7.3 **Seminário/ Congresso:** discussão de um tema proposto, no qual se estudam todos os aspectos desse tema. Pesquisa por grupos e apresentado por representante, mas não há tomada de decisão. Apresentado sob a forma dialogal – informativa, questionadora ou instrutiva – como palestras, painel, debate ou mesa redonda em período pré-determinado;

7.4 **Encontros tecnológicos:** reunião de pessoas de uma mesma categoria profissional ou não, para debates sobre temas específicos, apresentados por representantes dos grupos participantes;

7.5 **Workshop:** reunião de pessoas de um mesmo segmento de mercado ou que tenham os mesmos interesses no qual o palestrante demonstra sua experiência e trabalha, com os participantes, sobre o tema abordado;

7.6 **Solenidades:** posses, premiações, homenagens e outros eventos que tenham caráter solene; 4.4.6 Cursos e treinamentos: qualificação de pessoas de um mesmo segmento de mercado ou que tenham os mesmos interesses, buscando o aperfeiçoamento e a inovação de seu trabalho, por meio de assessoria, palestras, apostilas com duração específica;

7.7 **Feiras, Mostras ou Exposições**: eventos que reúnem um grande número de empresas e parceiros, divididos por segmentos de atuação, com ou sem eventos técnicos paralelos, em que há uma troca de experiências e conhecimento acerca do produto de cada expositor;

7.8 **Palestras:** conversação, conferência ou discussão sobre assunto determinado onde um convidado especial expõe seu conhecimento sobre o tema; 4.4.9 Reuniões e encontros institucionais: atividades que têm por finalidade reunir grupos de instituições diversas, parceiras ou não, com a intenção de elaborar ou aprimorar algum trabalho desenvolvido em conjunto

CAPÍTULO 8
APROVAÇÃO DO CAU/RR

8.1 Será obrigatória a visita de um coordenador ao local do evento com antecedência mínima definida pelo CAU/RR, coordenando reuniões prévias de preparação e organização geral;

8.2 As atividades de assessoria técnica compreendem:

8.2.1 Identificação do evento no aspecto de infraestrutura, de acordo com definição do cliente;

8.2.2 Sugestão acerca da escolha do local;

8.2.3 Locação de espaço físico;

8.2.4 Infraestrutura;

8.2.5 Planejamento de montagem de ambientes;

8.2.6 Apoio técnico e administrativo;

8.2.7 Seleção e alocação de recursos humanos;

8.2.8 Apoio à elaboração da programação geral e do roteiro;

8.2.9 Elaboração de cronograma de trabalho;

8.2.10 Organização de serviços em feiras e eventos de terceiros;

8.2.11 Acompanhamento da montagem e desmontagem de estandes e demais estruturas contratadas;

8.2.12 Trabalhos de secretaria prévia;

8.2.13 Levantamento do nível de complexidade;

CAPÍTULO 9
DESCRIÇÃO DA FORMA DE PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS

9.1 A contratada deverá se responsabilizar pelo transporte, montagem, operação e pleno funcionamento dos equipamentos, mobiliário e serviços solicitados de acordo com a demanda de cada evento;

9.2 A montagem e organização do evento deverá proceder de forma a viabilizar o início de cada evento;

9.3 Em caso de constatação de falha, defeito ou funcionamento insatisfatório dos equipamentos/produtos/serviços contratados durante a realização dos eventos, a contratada deverá substituir os equipamentos/produtos/serviços defeituosos imediatamente, de modo a não comprometer a continuidade dos eventos;

9.4 A responsabilidade pelo transporte, entrega, montagem, desmontagem e quaisquer outros serviços inerentes ao objeto deste Termo de Referência será única e exclusiva da contratada;

9.5 A contratada deverá organizar seu cronograma de montagem de acordo com a disponibilidade e formatação de cada espaço, garantindo para que não haja atrasos no início dos eventos;

9.6 A retirada dos equipamentos, após a realização de cada evento, deverá ser feita pela contratada no prazo máximo de 3 (três) horas do término de cada evento; ou no dia seguinte, no primeiro horário da manhã;

9.7 Os prestadores de serviços da contratada deverão estar devidamente uniformizados e identificados pela empresa;

9.8 A empresa contratada também será responsável pela pontualidade e profissionalismo do pessoal que venha a ser contratado para qualquer evento. Caso o contratante note alguma incompatibilidade entre o profissional e as atribuições, a empresa contratada deverá substituir o profissional de modo a não prejudicar o andamento ou a qualidade do evento.

CAPÍTULO 10
DAS RESPONSABILIDADES E OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

7.1 Manter, durante toda execução do Contrato, as condições de habilitação e qualificação exigidas, sob pena de multa e rescisão contratual;

7.2 Responsabilizar-se pelas despesas com a utilização de mão-de-obra para a condução dos veículos, encargos sociais, bem como demais obrigações trabalhistas e previdenciárias legalmente previstas;

7.3 Responsabilizar-se por todos os custos referentes a roubo, furto e danos nos equipamentos, mobiliário e demais itens utilizados na prestação do serviço;

7.4 Responder por todos os danos materiais e/ou pessoais causados ao contratante e/ou a terceiros em decorrência da atuação de seus empregados;

7.5 Prestar os serviços objeto da presente licitação, obedecendo às disposições legais e regulamentos pertinentes;

7.6 Indicar preposto, informando telefone fixo, telefone celular e e-mail para contato com a CONTRATADA, comunicando qualquer alteração que venha a ocorrer nesses dados;

7.7 Providenciar a imediata correção das deficiências apontadas pela CONTRATANTE, quanto aos serviços contratados;

7.8 Apresentar Nota Fiscal/Fatura, em duas vias, detalhando o valor total dos serviços prestados, especificações e valores unitários, um relatório com fotos de cada evento no período;

7.9 Executar o objeto, em conformidade com as condições e prazos estabelecidos neste Termo de Referência e seus Anexos;

7.10 Notificar aos prestadores de serviço de que não poderão ter relação de emprego com o CAU/RR e deste não poderão demandar quaisquer pagamentos;

7.11 Não transferir, total ou parcialmente, os direitos e obrigações vinculadas ao presente Termo de Referência e seus Anexos, subcontratando somente quando necessário os fornecedores indispensáveis para o bom andamento dos eventos sob sua responsabilidade e coordenação;

7.12 Responder por perdas e danos em que vier a sofrer o CAU/RR e terceiros, motivada pela sua ação ou omissão, na forma dolosa ou culposa, independente de outras cominações pactuadas neste Termo de Referência e Anexos ou pela legislação a que estiver sujeita, garantido o contraditório e a ampla defesa, nos termos e aplicações da lei;

7.13 Aceitar, nas mesmas condições pactuadas, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários no objeto deste Termo de Referência, até o limite previsto no § 1º do art. 65 da Lei nº 8.666/93;

7.14 Reparar e corrigir eventuais falhas, defeitos ou incorreções, detectados na forma prevista neste Termo de Referência e na Lei 8.666/93, em tudo o que couber;

7.15 Implantar, de modo adequado, a supervisão permanente dos serviços, de modo a obter uma operação correta e eficaz;

7.16 O projeto de decoração, cenografia, construção e montagem de stands ou painéis, quando solicitado, deverá ser apresentado com antecedência mínima de 10 (dez) dias úteis da data de cada evento. A contratação do projeto apresentado e dos itens que ele abarca estarão sujeitas à aprovação prévia do CAU/RR;

7.17 Deverá ser apresentada imagens de referência de mobiliário, quando solicitado, com antecedência mínima de 10 (dez) dias úteis do evento.

CAPÍTULO 8
DAS OBRIGAÇÕES E RESPONSABILIDADES DO CONTRATANTE

8.1 Acompanhar e fiscalizar a execução do Contrato, bem como atestar, na Nota Fiscal de Serviços/Fatura, a efetiva prestação do serviço, pelo servidor Gestor do Contrato ou outro designado pela autoridade competente;

8.2 Observar e fazer cumprir fielmente o que estabelece este Termo de Referência;

8.3 Proporcionar todas as facilidades necessárias à perfeita execução do objeto licitado;

8.4 Designar responsável para o acompanhamento e fiscalização da execução do serviço objeto desta licitação;

8.5 Responsabilizar-se pelos pagamentos devidos, na forma pactuada neste Termo de Referência e Anexos;

8.6 Comunicar à CONTRATADA qualquer ocorrência, diligenciando para que as irregularidades ou falhas sejam plenamente corrigidas;

8.7 Notificar, por escrito, a CONTRATADA da aplicação de eventuais penalidades, garantindo-lhe o direito ao contraditório e à ampla defesa.

CAPÍTULO 9
DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

9.1 O licitante será punido com o impedimento de licitar e contratar com a União, Estados, Distrito Federal ou Municípios e ser descredenciado no SICAF e no cadastro de fornecedores do CONTRATANTE, pelo prazo de até 5 (cinco) anos, sem prejuízo das multas previstas neste Termo de Referência e demais cominações legais, nos seguintes casos:

9.1.1 Apresentação de documentação falsa;

9.1.2 Retardamento da execução do objeto;

9.1.3 Falhar na execução do contrato;

9.1.4 Fraudar na execução do contrato;

9.1.5 Comportamento inidôneo;

9.1.6 Declaração falsa;
9.1.7 Fraude fiscal;

9.2 Para os fins do item 9.1.5, reputar-se-ão inidôneos atos tais como os descritos nos artigos 92, parágrafo único, 96 e 97, parágrafo único, da Lei n.º 8.666/1993;

9.2.1.Para condutas descritas nos itens 9.1.1, 9.1.4, 9.1.5, 9.1.6 e 9.1.7 será aplicada multa de, no máximo, 15% do valor do contrato;

9.3.Para os fins dos itens 9.1.2 e 9.1.3, poderá ser aplicada multa nas seguintes condições, isolada ou cumulativamente: 9.3.1 multa de 1,0% (um por cento) sobre o valor total do evento, por hora ou fração de hora de atraso na entrega dos produtos e/ou serviços, requeridos nos prazos e condições definidos nas ordens

de serviços (OS) para o evento, até o máximo de 15% (vinte por cento), por ocorrência;

9.3.2 multa de, no máximo, 15% (quinze por cento) do valor do evento no caso de inexecução parcial do contrato ou de descumprimento de obrigação contratual;

9.3.3 as ocorrências descritas nos subitens 9.3.1 e 9.3.2 poderão implicar na rescisão unilateral do contrato;

9.3.4 multa de até 15% (quinze por cento) do valor do contrato no caso de inexecução total do contrato, sem prejuízo da rescisão unilateral da avença. 4. O valor da multa poderá ser descontado do pagamento a ser efetuado ao CONTRATADO;

9.4.1 Se o valor a ser pago ao CONTRATADO não for suficiente para cobrir o valor da multa, a diferença será descontada da garantia contratual;

9.4.2 Se o valor do pagamento e da garantia forem insuficientes, fica o CONTRATADO obrigado a recolher a importância devida no prazo de 15 (quinze) dias, contado da comunicação oficial;

9.4.3 Esgotados os meios administrativos para cobrança do valor devido pelo CONTRATADO ao CONTRATANTE, esta será encaminhada para providências judiciais 9.4.4 Caso o valor da garantia seja utilizado no todo ou em parte para o pagamento da multa, esta deve ser complementada no prazo de até 10 (dias) dias úteis, contado da solicitação do CONTRATANTE.

CAPÍTULO 10
DO ACOMPANHAMENTO E FISCALIZAÇÃO

10.1 Durante a vigência do contrato, o servidor designado para Fiscal do Contrato deverá manter contínuo contato com o preposto da CONTRATADA, visando, prioritariamente, à solução de eventuais problemas e/ou esclarecimentos;

10.2 O servidor responsável pelo acompanhamento e fiscalização do contrato deverá apurar e assentar em registro próprio todas as ocorrências relacionadas com o mesmo;

10.3 Os comprovantes exigidos neste Termo de Referência e no Edital deverão ser acolhidos pelo Gestor do Contrato antes e durante a execução do contrato;

10.4 Indicar as possíveis GLOSAS realizadas nas faturas, relatando os fundamentos, as razões e as justificativas, sem prejuízo de detalhar a memória do cálculo adotado;

10.5 As decisões e providências que ultrapassarem a competência do representante deverão ser solicitadas ao seu gestor, em tempo hábil para adoção das medidas convenientes;

10.6 Da mesma forma, a CONTRATADA deverá indicar um preposto para, se aceito pelo CAU/RR, representá-la na execução do Contrato;

10.7 Nos termos da Lei nº 8.666/93, constituirá documento de autorização para a execução dos serviços o Contrato assinado, acompanhado da nota de empenho;

10.8 O CAU/RR poderá rejeitar, no todo ou em parte, os serviços prestados, se em desacordo com o Contrato;

10.9 Monitorar a execução do contrato e exigir a qualidade efetiva dos serviços contratados, além de conferir a compatibilidade das Notas Fiscais/Faturas e documentação exigível para pagamento, antes, do devido e competente ATESTO DAS FATURAS;

10.10 Atestar as Notas Fiscais/Faturas dos serviços;

10.11 Adotar procedimentos formais, devidamente ancorados nos dispositivos deste Termo de Referência e anexos, desde que legítimos e legais, com a finalidade de proteger ao CAU/RR, sem prejuízo de avaliar as reclamações e sugestões dos usuários diretos dos serviços;

10.12 Assentar todos os eventos contratuais em registro próprio; e, nos casos em que se exigir apuração de responsabilidades, adotar, primeiramente, ações de controle visando cessar os efeitos da ocorrência; após, as providências de ordem processual, tempestivamente;

10.13 A execução do Contrato será acompanhada e fiscalizada por representante, servidor público regularmente designado pelo CAU/RR, nos termos da Lei nº 8.666/1993;

10.14. Os serviços deverão ser demandados por meio de formalização da ORDEM DE SERVIÇOS, na qual serão estabelecidos os serviços a serem demandados, os prazos de entrega, de recebimento provisório e definitivo, dentre outros.

CAPÍTULO 11
DO PRAZO DE VIGÊNCIA

11. 1 O prazo de vigência do contrato será de 12 meses, com início na data da assinatura, prorrogável na forma do artigo 57, inciso II, da Lei nº 86.66, de 1993, mediante justificado interesse da Administração.

11.2 A contratada fica obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessárias, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento), do valor inicial atualizado do contrato, conforme legislação vigente.

CAPÍTULO 12
DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

12.1 Os recursos necessários ao atendimento das despesas correrão à conta dos recursos orçamentários deste Conselho estão assim previstos: Conta: xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx – Despesas com Eventos Será previamente consignada dotação orçamentária suficiente para cobertura das despesas estimadas referente ao próximo exercício.

CAPÍTULO 13
VALOR ESTIMADO

13.1 O valor máximo estimado para essa contratação é de R$ xxxxxxxxxxxxxx (por extenso).

CAPÍTULO 14
FORMA DE PAGAMENTO E RECEBIMENTOS PROVISÓRIO E DEFINITIVO

14.1 A documentação de cobrança deverá ser enviada ao CAU/RR, situada na rua major Williams, n. xxx, São Francisco, em Boa Vista/RR, Telefones (95) 3224-2967, das 7h30 às 13h30, com a antecedência mínima de 10 (dez) dias úteis da data do vencimento;

14.2 O pagamento só será realizado após a apresentação do documento fiscal exigível em conformidade com a legislação e discriminando todas as importâncias devidas, além das informações sobre o banco, agência e número da conta corrente da contratada;

14.3 O pagamento será creditado em nome da contratada, em conta corrente por ela indicada ou por meio de ordem bancária para pagamento de faturas com código de barras, uma vez satisfeitas às condições estabelecidas nessa contratação;

14.4 O pagamento será realizado mediante o ateste da Nota Fiscal/Fatura pelo CAU/RR. O documento fiscal deverá destacar as retenções previstas na Instrução Normativa RFB nº 1.234, de 11 de janeiro de 2012 e demais legislações pertinentes;

14.5 Na hipótese de a contratada ser optante do simples, a fim de afastar a retenção de tributos, conforme art. 4º, XI, da Instrução Normativa RFB nº 1.234/2012, deverá anexar à fatura declaração assinada pelo representante legal, sob as penas da lei;

14.6 Sendo identificada cobrança indevida, havendo erro na Nota Fiscal ou circunstância que impeça a liquidação da despesa, os fatos serão informados à CONTRATADA, e a contagem do prazo para pagamento será reiniciada a partir da reapresentação da Nota Fiscal devidamente corrigida;

14.7 Nenhum pagamento será realizado pelo CAU/RR sem que antes seja procedida prévia e necessária consulta de regularidade da CONTRATADA, bem

como da comprovação do recolhimento das contribuições sociais (FGTS e Previdência Social) correspondentes ao mês da última competência vencida;

14.8 Constatada a situação de irregularidade da CONTRATADA, será a mesma advertida, por escrito, no sentido de que regularize sua situação ou apresente sua defesa, sob pena de rescisão do contrato, sem prejuízo da aplicação das penalidades legais;

14.9 Serão retidos na fonte os tributos e contribuições sobre os pagamentos efetuados, utilizando-se as alíquotas previstas para os serviços objeto deste Termo de Referência, conforme determina a legislação vigente;

14.10 O CAU/RR não fará nenhum pagamento à CONTRATADA antes de paga ou relevada a multa que porventura lhe tenha sido aplicada;

14.11 Na contagem dos prazos estabelecidos neste Termo de Referência, para efeito de pagamento, excluirá o dia do início e incluir-se-á o dia do vencimento, só se iniciando e se vencendo os prazos em dia de expediente no CAU/RR;

14.12 O CAU/RR reserva-se o direito de suspender o pagamento no caso de constatar alguma divergência, impactando a suspensão apenas na respectiva Nota Fiscal/Fatura onde se observou a ocorrência;

14.13 Ocorrendo eventuais atrasos de pagamento, provocados exclusivamente pelo CAU/RR, o valor devido deverá ser acrescido de atualização financeira, e sua apuração se fará desde a data de seu vencimento até a data do efetivo pagamento, caberá a cobrança de juros moratórios de 0,5% (cinco décimos por cento) ao mês, até o efetivo pagamento, além da atualização monetária;

14.14 O CAU/RR não pagará juros de mora por atrasos de pagamentos com ausência total ou parcial de documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes neste Termo de Referência. O CAU/RR reserva-se o direito de não efetuar o pagamento se, no ato da atestação, o produto não estiver de acordo com a especificação exigida;

14.15 A simples existência da relação contratual sem a contraprestação do serviço não enseja nenhum pagamento à contratada;

14.16 O CAU/RR não se responsabilizará pelo pagamento de quaisquer serviços realizados sem a solicitação e autorização do fiscal do contrato;

14.17 O recebimento provisório dos serviços prestados será feito em até 5 (cinco) dias úteis após sua execução, quando, se aceito, será efetuado o recebimento definitivo.

CAPITULO 15
CONDIÇÕES PARA PARTICIPAR DA LICITAÇÃO

15.1 DAS CONDIÇÕES E VEDAÇÕES

15.1.1 Poderão participar do certame os interessados que estiverem previamente credenciados no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores (Sicaf) e perante o sistema eletrônico provido pela Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação do Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão (SLTI), por meio do sítio www.comprasnet.gov.br;

15.1.1.1 Para ter acesso ao sistema eletrônico, os interessados em participar deste Pregão deverão dispor de chave de identificação e senha pessoal, obtidas junto à SLTI, onde também deverão informar-se a respeito do seu funcionamento e regulamento e receber instruções detalhadas para sua correta utilização;

15.1.1.2 O uso da senha de acesso pelo licitante é de sua responsabilidade exclusiva, incluindo qualquer transação por ele efetuada diretamente, ou por seu representante, não cabendo ao provedor do sistema ou ao CAU/RR responsabilidade por eventuais danos decorrentes do uso indevido da senha, ainda que por terceiros;

15.1.2 Não poderão participar do certame: 15.1.2.1 Empresário suspenso de participar de licitação e impedido de contratar com o CAU/RR, durante o prazo da sanção aplicada;

15.1.2.2 Empresário declarado inidôneo para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação;

15.1.2.3 Empresário impedido de licitar e contratar com a União, durante o prazo da sanção aplicada;

15.1.2.4 Sociedade estrangeira não autorizada a funcionar no País;

15.1.2.5 Empresário cujo estatuto ou contrato social não inclua o objeto deste Pregão;

15.1.2.6 Empresário que se encontre em processo de dissolução, recuperação judicial;

15.1.2.7 Sociedades integrantes de um mesmo grupo econômico, assim entendidas aquelas que tenham diretores, sócios ou representantes legais comuns, ou que utilizem recursos materiais, tecnológicos ou humanos em comum, exceto se demonstrado que não agem representando interesse econômico em comum;

15.1.2.8 Dirigentes, conselheiros e colaboradores do CAU/RR, inclusive familiares, na forma prevista no art. 7º do Decreto nº 7.203, de 2010. 15.1.2.9 Consórcio de empresa, qualquer que seja sua forma de constituição;

15.2 DA QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

15.2.1 A licitante deverá apresentar ou declaração de capacidade técnica, em nome do licitante, que comprove aptidão para desempenho de serviços de organização

de eventos, compatível em características, quantidades e prazos com o objeto deste Pregão, conforme especificações contidas no termo de referência em anexo;

15.2.2 O(s) atestado(s) ou declaração(ões) de capacidade técnica deve(m) comprovar, no mínimo, realização de 10 (dez) eventos, dos quais, pelo menos, 4 (quatro) eventos para público superior a 300 (trezentas) pessoas, e os demais para público igual ou superior a 60 (sessenta) pessoas;

15.2.3 Certificado válido de cadastramento no Ministério do Turismo, de que trata o art. 22 da Lei 11.771/2008, demonstrando que está autorizado a prestar serviço de organização de eventos;

15.4 DA REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA 15.4.1 Comprovante de Inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica do Ministério da Fazenda (CNPJ/MF); 15.4.2 Certidão negativa de débitos relativos aos tributos federais e à dívida ativa da União, expedida pela Receita Federal do Brasil; 15.4.3 Certidão negativa de débitos estaduais e municipais, expedida pela Secretaria de Fazenda; 15.4.4 Certidão de regularidade para com o FGTS – Fundo de Garantia por Tempo de Serviço, expedida pela CEF. 15.4.5 Certidão negativa de débitos trabalhista, expedida pelo TST.

15.5 DAS DECLARAÇÕES

15.5.1 Declaração que cumpre plenamente os requisitos exigidos para habilitação e sujeita-se aos termos e condições da licitação. 15.5.2 Declaração de não possuir em seu quadro de pessoal empregado menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e menor de 16 (dezesseis) anos em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz a partir de 14 (quatorze) anos. 15. 5.3 Declaração do proponente que não está suspenso do direito de licitar e não tenha sido declarado inidôneo por qualquer órgão ou entidade do Governo Federal, Estadual ou do Distrito Federal e Municipal.

15.6 DA HABILITAÇÃO JURÍDICA

15.6.1 Documentação relativa ao registro comercial, ato constitutivo, contrato social ou estatuto, devidamente registrados nos órgãos competentes, e, quando couber, documento de eleição dos administradores e decreto de autorização de empresa estrangeira para funcionamento no País, na forma da legislação aplicável.

CAPÍTULO 16
DA GARANTIA CONTRATUAL

16.1 Será exigida da licitante vencedora, no prazo máximo de 10 (dez) dias, a partir da assinatura do contrato, prestação de garantia contratual em favor do CAU/RR, correspondente a 5% (cinco por cento) do valor total do contrato, numa das seguintes modalidades de que trata o artigo 56 da Lei nº 8.666/93: 16.1.1 Caução em dinheiro ou títulos da dívida pública federal;

16.1.2 Seguro-garantia;

16.1.3 Fiança bancária;

16.2 Caso a licitante vencedora opte por apresentar títulos da dívida pública, eles deverão ter valor de mercado compatível com aquele a ser garantido, preferencialmente em consonância com as espécies recomendadas pelo Governo Federal, como os previstos no art. 2º da Lei nº 10.179/2001. 16.3 Caso a licitante opte pela caução em dinheiro, deve providenciar o depósito perante instituição financeira indicada pelo CAU/RR, em conta remunerada, para os fins específicos a que se destina, sendo o recibo de depósito o único meio hábil para comprovar esta exigência;

16.4 Se o valor da garantia for utilizado, total ou parcialmente, em pagamento de qualquer obrigação, a licitante deverá proceder à respectiva reposição no prazo de até 3 (três) dias úteis, contados da data em que for notificada pelo CAU/RR, sob pena de rescisão contratual, multa e responsabilização da licitante pelos eventuais danos causados ao CAU/RR;

16.5 A garantia será restituída à licitante após total cumprimento das obrigações pactuadas no contrato, nos termos da legislação vigente.

CAPÍTULO 17
DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

17.1 Esclarecimentos relativos ao Termo de Referência serão prestados pela Gerência Administrativa, no horário das 7h30 às 13h30, sede do CAU/RR, Av. Major Williams, n.

De acordo.
Aprovo o Termo de Referência nos moldes delineados, à vista de todo o detalhamento descrito no referido documento e encaminho à Comissão de Licitação, conforme o caso, para as providências devidas quanto à elaboração do Edital e demais procedimentos.

Boa Vista/RR, xxxx de janeiro de 2017.