

Brodowski, 31 de março de 2017.

AVISO DE COLETA DE PREÇOS: CD – 06/2017

A **ASSOCIAÇÃO CULTURAL DE APOIO AO MUSEU CASA DE PORTINARI – ORGANIZAÇÃO SOCIAL DE CULTURA**, doravante designada **ACAM - PORTINARI**, gestora dos Museus: (i) Casa de Portinari, (ii) Histórico e Pedagógico Índia Vanuíre e (iii) Felícia Leirner/Auditório Claudio Santoro, através do Contrato de Gestão n.º 05/2016 firmado com o Governo do Estado de São Paulo, **AVISA** a todos os interessados que realizará **coleta de preços** de empresas prestadoras de serviços de serviços de comunicação digital.

1. OBJETO

1.1 O presente aviso tem por objeto a contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços de comunicação digital, compreendendo serviços de *web marketing*, *social media*, e-mail marketing, *newsletter* e peças gráficas, na forma do Termo de Referência (Anexo I).

1.2. O valor máximo de contratação para a prestação de serviço descrita no item 1 acima é o de R\$ 80.000,00 (oitenta mil reais).

1.3. Este documento é composto pelos seguintes anexos:

- a) Anexo I – Termo de Referência;
- b) Anexo II – Minuta de Contrato de Prestação de Serviços;

2. O CRITÉRIO DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

2.1. As propostas enviadas pelos interessados serão julgadas pelo critério de TÉCNICA E PREÇO.

3. ORIENTAÇÕES GERAIS PARA ENVIO DE PROPOSTAS DE PREÇO E TÉCNICA À ACAM PORTINARI

3.1. Considerando o Regulamento de Compras e Contratações da ACAM Portinari, a contratação deverá observar o procedimento de coleta de preços entre, no mínimo, 03 (três) diferentes fornecedores, necessariamente acompanhadas de proposta de preço e técnica por escrito em papel timbrado dos ofertantes.

3.2. Nesse sentido, a ACAM Portinari, além de coletar propostas de 03 (três) diferentes fornecedores, AVISA a todos os interessados que contenham objeto social pertinente ao objeto deste aviso, que receberá propostas de preço e técnica para a prestação dos serviços até as 17h. do 10 de abril de 2017.

3.3. As propostas poderão ser encaminhadas dentro do prazo acima estipulado ao e-mail diradm@acamportinari.org ou entregues pessoalmente à Rua Floriano Peixoto, 490 – centro – Brodowski SP CEP 14.340-000, aos cuidados de Sr. Luiz Antonio Bergamo.

3.4. A proposta de preço deverá conter o valor global do objeto, a assinatura do representante legal, bem como as seguintes informações:

- a) Prazo de validade de, no mínimo, 60 (sessenta) dias, a contar da data de entrega à ACAM. As propostas que omitirem os prazos de validade serão entendidas como válidas pelo período supracitado;

- b) Declaração de que o ofertante conhece todas as condições previstas no Termo de Referência (Anexo I) para a para a execução do objeto contratado;
- c) Apresentar os seguintes dados da Empresa: Razão Social, endereço, telefone/fax, número do CNPJ/MF, e-mail (se houver), banco, agência e número da conta corrente.

3.5. A proposta técnica deverá conter a equipe profissional que se envolverá na execução do contrato, bem como a experiência do ofertante, segundo os quesitos elencados no próximo item.

4. O JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

4.1. As propostas serão julgadas com base no critério de técnica e preço, sendo vencedor o proponente que, além de apresentar a melhor proposta técnica, também oferte o menor preço, em termos de relação custo X benefício.

4.2. A somatória técnica se dará na forma da tabela abaixo:

	QUESITOS REFERENCIAIS	CRITÉRIOS	
		Não atende	Atende
EQUIPE PROFISSIONAL	Programador	0	10
	Mídia	0	10
	Redator	0	20
	Planejamento	0	15
	Community Manager	0	10
	Diretor de Arte	0	20
	Pontuação máxima equipe profissional		75

EXPERIÊNCIA	QUESITOS REFERENCIAIS	CRITÉRIOS	
		Não atende	Atende
	Mais de 03 (três) anos de existência comprovada	0	20
Experiência comprovada em <i>Community Manager</i>	0	15	
Experiência prévia comprovada em atendimento a equipamentos culturais	0	10	
Experiência prévia comprovada em administração de páginas em redes sociais com mais de 30 mil seguidores	0	20	
Experiência prévia comprovada em gestão de crise em redes sociais	0	10	
Pontuação máxima equipe profissional			75
Pontuação máxima total			150

4.3. O seguinte procedimento será adotado para a escolha da melhor proposta:

- i.** Os proponentes serão classificados pela somatória técnica estabelecida, conforme tabela acima;
- ii.** Será aberta a negociação com o proponente melhor classificado pela somatória técnica para que realize a contratação pelo menor preço ofertado;
- iii.** No caso de impasse na negociação anterior, procedimento idêntico será adotado, sucessivamente, com os demais fornecedores, pela ordem de classificação técnica, até a consecução de acordo para a contratação.

5. CONDIÇÕES DE HABILITAÇÃO

5.1. Será exigido do fornecedor com melhor classificação nos termos do item 4.2, como condição à assinatura do contrato, os seguintes documentos

de habilitação:

- i.** Prova de inscrição no CNPJ;
- ii.** Certidões públicas de inexistência de débito:
 - a) Frente às Fazendas municipal, estadual e federal;
 - b) Junto ao FGTS;
 - c) Junto à Justiça do Trabalho; e
 - d) Junto ao INSS.
- iii.** Cópias de CPF, RG e Comprovante de Residência dos administradores da empresa.
- iv.** 03 (três) atestados/declarações fornecidos por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado evidenciando experiências anteriores da empresa em objeto similar ao contratado;
- v.** Declaração de que está ciente dos termos da Lei 12.846 de 01 de Agosto de 2013, bem como ao Programa de Integridade da CONTRATANTE disponível no site <https://acamportinari.org/wp-content/uploads/2013/03/Programa-de-Integridade.pdf> e se compromete a se abster de qualquer conduta que constitua uma violação das suas disposições de anticorrupção.

6. DA FASE RECURSAL

6.1. Fica assegurado o direito a interposição de recursos contra as decisões tomadas neste procedimento de seleção, no prazo de 03 (três) dias úteis, a contar do termo final para a entrega das propostas.

7. VIGÊNCIA E CONDIÇÕES DA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

7.1 O prazo da prestação de serviços deste aviso de coleta de preços será de um ano, a contar do registro da contratação, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos, até o máximo de 60 (sessenta) meses, condicionado à vigência do Contrato de Gestão com o Estado de São Paulo.

7.2. O preço dos serviços poderá ser reajustado a cada período de um ano, contado a partir da data de sua vigência, pelo IGPM da FGV ou por outro índice oficial que venha a substituí-lo ou, na ausência de substituto, pela média simples dos principais índices econômicos que apuram a inflação anual acumulada.

7.3. Se houver inadimplemento dos serviços e obrigações constantes no Termo de Referência (Anexo I), no todo ou em parte, a ofertante ficará sujeita ao pagamento de multa de até 20% (vinte por cento) sobre o valor total contratado.

8. CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

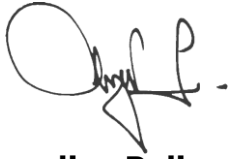
8.1. A remuneração dos serviços prestados será mensal até final da vigência do contrato.

8.2. A nota fiscal/fatura deverá discriminar os valores das retenções fiscais previstas na legislação fiscal/tributária vigente;

8.3. Nos preços cotados deverão estar incluídas todas as despesas com viagens, encargos tributários, previdenciários e trabalhistas, materiais, impressos, transporte etc.;

Quaisquer outras informações, atendimentos ou contatos a respeito deste aviso de coleta de preços serão prestados exclusivamente por escrito, por meio do e-mail diram@acamporinari.org.

Atenciosamente,



Angelica Policeno Fabbri

Diretora Executiva



Luiz Antonio Bergamo

Diretor Administrativo Financeiro

ANEXO I

TERMO DE REFERÊNCIA

Prestação de Serviços de Comunicação Digital

1 - OBJETO

1.1 – Contratação de agências de propaganda para a prestação de serviços de comunicação digital, compreendendo serviços de *web marketing*, *social media*, *e-mail marketing*, *newsletter* e peças gráficas.

2 - DOS BENEFICIADOS PELA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

2.1 – Os serviços de que trata este Termo serão destinados à divulgação e promoção dos museus abaixo especificados, bem como das exposições, eventos e atividades que ocorram nos mesmos:

- I.** Museu Casa de Portinari – localizado na cidade de Brodowski – SP, doravante simplesmente “**MCP**”;
- II.** Museu Histórico e Pedagógico Índia Vanuíre – localizado na cidade de Tupã – SP, doravante simplesmente “**MHPIV**”;
- III.** Museu Felícia Leirner/Auditório Claudio Santoro– localizado na cidade de Campos do Jordão-SP, doravante simplesmente “**MFL**”.

3 – ESCOPO DOS SERVIÇOS

3.1 - A Prestação de Serviços de **Web marketing** consistirá detalhadamente de:

3.1.1 - Gestão de Redes Sociais – Museu Casa de Portinari, Museu Histórico e Pedagógico Índia Vanuíre e Museu Felícia Leirner/ Auditório Claudio Santoro;

3.1.2 - Marketing estratégico:

- a) Gestão de páginas e perfis das redes sociais com indicação de melhores ações e caminhos a serem trabalhados;
- b) Reestudo de redes sociais adequadas para atuação de ambos os museus, de acordo com tendências do mercado digital e características específicas de cada instituição;

- c) Reestudo de ações e planos estratégicos de usabilidade das redes já atuantes;
- d) Propostas de novas ideias para ações específicas e sazonais. Exemplo: datas comemorativas, eventos específicos;
- e) Gestão de crises.

3.1.3 - Marketing de conteúdo nas redes sociais:

- a) Postagem de conteúdo diário, de acordo com as necessidades apresentadas e estudadas na rede social da ACAM;
- b) Os conteúdos de programação/eventos serão criados pela Assessoria de Imprensa da ACAM;
- c) Os conteúdos complementares deverão ser criados pela fornecedora, revisados pela equipe de Assessoria e deverão ser aprovados pelo departamento de comunicação da ACAM e enviados todas as quartas-feiras, com exceção de feriados nos quais os conteúdos deverão ser enviados antecipadamente;
- d) Os conteúdos replicados ou de curadoria deverão ser aprovados pelo departamento de comunicação da ACAM;
- e) Os conteúdos extra pautas deverão ser enviados e aprovados pela ACAM, trabalhados textualmente pela equipe de Assessoria de Imprensa e postados pela fornecedora. O processo deve respeitar o tempo hábil de vida de cada postagem extra;
- f) A criação de peças gráficas para postagens de conteúdos nas redes sociais, tanto para conteúdos programáticos quanto para conteúdos complementares, para uso exclusivo nas redes sociais, está inclusa no item de marketing de conteúdo e devem ser solicitadas com até 02 (dois) dias de antecedência. Todo o material gráfico deverá passar por aprovação do departamento de comunicação da ACAM. As identidades de campanhas, atividades, eventos, etc., deverão ser enviadas pelo departamento de comunicação ACAM;
- g) As solicitações de imagens ou identidades visuais para postagens de programação deverão ser feitas pela fornecedora a ACAM que deverão retornar com o material em tempo hábil a data de postagem.

3.1.4 - Marketing de relacionamento:

- a) Engajamento e relacionamento diário com o público nas redes

sociais;

- b) A fornecedora tem autorização para representar ambos os museus em respostas de interações por redes sociais com auxílio e orientações do departamento de comunicação da ACAM e da equipe de gerência dos museus. Respostas de interações com níveis e encargos administrativos, críticos, questionadores e/ou que representam riscos para a imagem pública das instituições deverão ser formuladas em parceria com a equipe de Assessoria de Imprensa ou departamento de comunicação da ACAM;
- c) Monitoramento diário dos perfis e páginas das instituições (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Foursquare e Tripadvisor);
- d) Monitoramentos diários de interações e palavras chave relacionados aos museus serão efetuados na web via ferramenta digital.

3.1.5 – Facebook Ads – Links Patrocinados no Facebook: Contemplando a gestão de eventuais links patrocinados no Facebook (Criação, monitoramento e emissão de relatórios) e não contemplando verba de links patrocinados (valor investido na ferramenta); os mesmos deverão ser pagos à parte quando a ACAM decidir pelo investimento.

3.1.6 - Marketing de engajamento / monitoramento:

- a) Campanhas de marketing de engajamento, como ideias e planos estratégicos para concursos culturais ou ações diferenciadas nas redes sociais poderão ser elaboradas, dentro do item marketing estratégico;
- b) O prazo para elaboração de plano estratégico deve ser solicitado com antecedência de 15 (quinze) dias úteis. O tempo determinado para uso e execução de projeto dependerá da elaboração de cada plano.

3.1.7 – Mensuração:

- a) Apresentação de relatórios quantitativos mensais das redes sociais (Facebook, Instagram, Twitter, Foursquare, Tripadvisor, Youtube);
- b) Solicitações de relatórios adicionais aos citados nessa proposta deverão ser inclusos em pacotes adicionais;
- c) Todos os relatórios descritos devem ser enviados até o 5º (quinto) dia útil do mês.

3.1.8 – Visitas à ACAM:

3.1.8.1 - Será realizada 1 (uma) reunião mensal, sendo 12 (doze) reuniões ao ano, na sede da ACAM em Brodowski/SP, ficando os custos desta a cargo da fornecedora. Caso seja indispensável uma reunião presencial aos museus nas cidades de Tupã e Campos do Jordão, a fornecedora deverá ser avisada com antecedência, de preferência 5 (cinco) dias, por questões de organização de agenda, e esses custos com eventuais viagens ficarão a cargo da ACAM, com reembolso de despesas mediante apresentação de relatório de viagem.

3.1.8.2 Estas são viagens para reuniões referentes ao serviço de Marketing Digital. Em caso de viagens para serviços fora do escopo da proposta, tais como Treinamentos e Cobertura de Eventos Especiais, os mesmos deverão ser consultados.

3.2 - A Prestação de Serviços de **E-mail marketing** e **Newsletter** consistirá detalhadamente de:

3.2.1. Planejamento

- a) Planejamento dos principais objetivos de disparo;
- b) Definição de mailings específicos para disparo – os mailings serão fornecidos pela ACAM;
- c) Agendamentos de peças a serem disparadas em datas e horários específicos atendendo as demandas internas e externas. Gerenciamento através da ferramenta de disparo dinamize.

3.2.2 Layout

- a) Desenvolvimento gráfico / design da peça em HTML para disparo de acordo com temas propostos;
- b) Desenvolvimento de informativos com possibilidade de encaminhamento para site e/ou redes sociais;
- c) Layout pautado em boas técnicas de design para o tipo de ação.

3.2.3 Desenvolvimento Web

- a) Desenvolvimento de programação com técnicas específicas *antispams* (ABEMD e CAPEM) para evitar domínios em *blacklist*;
- b) Estrutura de peça em HTML;

- c) Integração com redes sociais;
- d) Segmentação de peças para captação de mailing e novos disparos segmentados.

3.2.4 Monitoramento e Mensuração

- a) Relatórios completos de disparos;
- b) Métricas e ROI.

3.2.5 Possibilidades de criação de peças

- a) Peças Informativas – newsletter;
- b) Peças eventos especiais;
- c) Peça programação mensal.

Parágrafo Único: Pacote de desenvolvimento de 5 (cinco) peças mensais em HTML para *Email Marketing/Newsletter*, sendo as peças cumulativas, ou seja, caso as peças não sejam utilizadas no mês, acumulam-se em créditos adicionais, poderão ser trocados por serviços com mesma característica de trabalho, os créditos não poderão ser trocados por investimentos em ferramentas como: *Facebook Ads; Google AdWords*, entre outros, ou serviços terceiros, apenas em serviços da CONTRATADA. Todas as peças de newsletter serão readaptadas para mídia impressa.

Parágrafo segundo: A CONTRATADA deverá informar o custo individual de cada peça. Caso o desenvolvimento de peças for maior do que o previsto, a CONTRATANTE deverá efetuar o pagamento das peças que excederam.

ANEXO II

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS ENTRE PESSOAS JURÍDICAS DE DIREITO PRIVADO

CONTRATO Nº [____]/2017

Contrato de prestação de serviços técnicos que entre si celebram, de um lado a

• **ASSOCIAÇÃO CULTURAL DE APOIO AO MUSEU CASA DE PORTINARI – ORGANIZAÇÃO SOCIAL DE CULTURA**, CNPJ: 01.845.656/0001-78, com sede a Rua Floriano Peixoto, 490 – CEP: 14340-000, na cidade de Brodowski, Estado de São Paulo, neste ato representado estatutariamente por sua Diretora Executiva e Diretor Administrativo/Financeiro, respectivamente Angelica Policeno Fabbri, portadora do RG 7.607.044-X e CPF 065.414.868-67, e **Luiz Antonio Bergamo**, portador do RG 13.281.969-7 e do CPF 059.035.428-08. Daqui por diante denominada simplesmente *CONTRATANTE*;

e, de outro lado,

• (Razão Social), com sede (_____), inscrita no CNPJ sob o nº (_____), e, neste ato representada na forma de seu estatuto social, por seu representante legal (_____) abaixo assinado e doravante denominada simplesmente *CONTRATADA*, na melhor forma de direito, tem entre si justo e contratado, as seguintes cláusulas e condições:

Cláusula Primeira – Do Objeto

1.1 – Contratação de agências de propaganda para a prestação de serviços de comunicação digital, compreendendo serviços de *web marketing, social media, e-mail marketing, newsletter* e peças gráficas.

Cláusula Segunda - Dos Beneficiados pela Prestação de Serviços

2.1 – Os serviços de que trata este Termo serão destinados à divulgação e promoção dos museus abaixo especificados, bem como das exposições, eventos e atividades que ocorram nos mesmos:

- IV.** Museu Casa de Portinari – localizado na cidade de Brodowski – SP, doravante simplesmente “**MCP**”;
- V.** Museu Histórico e Pedagógico Índia Vanuíre – localizado na cidade de Tupã – SP, doravante simplesmente “**MHPIV**”;
- VI.** Museu Felícia Leirner/Auditório Claudio Santoro– localizado na cidade de Campos do Jordão-SP, doravante simplesmente “**MFL**”.

Cláusula Terceira - Escopo dos Serviços

3.1 - A Prestação de Serviços de **Web marketing** consistirá detalhadamente de:

3.1.1 - Gestão de Redes Sociais – Museu Casa de Portinari, Museu Histórico e Pedagógico Índia Vanuíre e Museu Felícia Leirner/ Auditório Claudio Santoro;

3.1.2 - Marketing estratégico:

- a) Gestão de páginas e perfis das redes sociais com indicação de melhores ações e caminhos a serem trabalhados;
- b) Reestudo de redes sociais adequadas para atuação de ambos os museus, de acordo com tendências do mercado digital e características específicas de cada instituição;
- c) Reestudo de ações e planos estratégicos de usabilidade das redes já atuantes;
- d) Propostas de novas ideias para ações específicas e sazonais. Exemplo: datas comemorativas, eventos específicos;
- e) Gestão de crises.

3.1.3 - Marketing de conteúdo nas redes sociais:

- a) Postagem de conteúdo diário, de acordo com as necessidades apresentadas e estudadas na rede social da ACAM;
- b) Os conteúdos de programação/eventos serão criados pela Assessoria de Imprensa da ACAM;

- c) Os conteúdos complementares deverão ser criados pela fornecedora, revisados pela equipe de Assessoria e deverão ser aprovados pelo departamento de comunicação da ACAM e enviados todas as quartas-feiras, com exceção de feriados nos quais os conteúdos deverão ser enviados antecipadamente;
- d) Os conteúdos replicados ou de curadoria deverão ser aprovados pelo departamento de comunicação da ACAM;
- e) Os conteúdos extra pautas deverão ser enviados e aprovados pela ACAM, trabalhados textualmente pela equipe de Assessoria de Imprensa e postados pela fornecedora. O processo deve respeitar o tempo hábil de vida de cada postagem extra;
- f) A criação de peças gráficas para postagens de conteúdos nas redes sociais, tanto para conteúdos programáticos quanto para conteúdos complementares, para uso exclusivo nas redes sociais, está inclusa no item de marketing de conteúdo e devem ser solicitadas com até 02 (dois) dias de antecedência. Todo o material gráfico deverá passar por aprovação do departamento de comunicação da ACAM. As identidades de campanhas, atividades, eventos, etc., deverão ser enviadas pelo departamento de comunicação ACAM;
- g) As solicitações de imagens ou identidades visuais para postagens de programação deverão ser feitas pela fornecedora a ACAM que deverão retornar com o material em tempo hábil a data de postagem.

3.1.4 - Marketing de relacionamento:

- a) Engajamento e relacionamento diário com o público nas redes sociais;
- b) A fornecedora tem autorização para representar ambos os museus em respostas de interações por redes sociais com auxílio e orientações do departamento de comunicação da ACAM e da equipe de gerência dos museus. Respostas de interações com níveis e encargos administrativos, críticos, questionadores e/ou que representam riscos para a imagem pública das instituições deverão ser formuladas em parceria com a equipe de Assessoria de Imprensa ou departamento de comunicação da ACAM;
- c) Monitoramento diário dos perfis e páginas das instituições (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Foursquare e Tripadvisor);
- d) Monitoramentos diários de interações e palavras chave relacionados aos museus serão efetuados na web via ferramenta digital.

3.1.5 - Facebook Ads - Links Patrocinados no Facebook: Contemplando a gestão de eventuais links patrocinados no Facebook

(Criação, monitoramento e emissão de relatórios) e não contemplando verba de links patrocinados (valor investido na ferramenta); os mesmos deverão ser pagos à parte quando a ACAM decidir pelo investimento.

3.1.6 - Marketing de engajamento / monitoramento:

- a) Campanhas de marketing de engajamento, como ideias e planos estratégicos para concursos culturais ou ações diferenciadas nas redes sociais poderão ser elaboradas, dentro do item marketing estratégico;
- b) O prazo para elaboração de plano estratégico deve ser solicitado com antecedência de 15 (quinze) dias úteis. O tempo determinado para uso e execução de projeto dependerá da elaboração de cada plano.

3.1.7 - Mensuração:

- a) Apresentação de relatórios quantitativos mensais das redes sociais (Facebook, Instagram, Twitter, Foursquare, Tripadvisor, Youtube);
- b) Solicitações de relatórios adicionais aos citados nessa proposta deverão ser inclusos em pacotes adicionais;
- c) Todos os relatórios descritos devem ser enviados até o 5º (quinto) dia útil do mês.

3.1.8 - Visitas à ACAM:

3.1.8.1 - Será realizada 1 (uma) reunião mensal, sendo 12 (doze) reuniões ao ano, na sede da ACAM em Brodowski/SP, ficando os custos desta a cargo da fornecedora. Caso seja indispensável uma reunião presencial aos museus nas cidades de Tupã e Campos do Jordão, a fornecedora deverá ser avisada com antecedência, de preferência 5 (cinco) dias, por questões de organização de agenda, e esses custos com eventuais viagens ficarão a cargo da ACAM, com reembolso de despesas mediante apresentação de relatório de viagem.

3.1.8.2 - Estas são viagens para reuniões referentes ao serviço de Marketing Digital. Em caso de viagens para serviços fora do escopo da proposta, tais como Treinamentos e Cobertura de Eventos Especiais, os mesmos deverão ser consultados.

3.2 - A Prestação de Serviços de E-mail marketing e Newsletter consistirá detalhadamente de:

3.2.1. Planejamento

- a) Planejamento dos principais objetivos de disparo;
- b) Definição de mailings específicos para disparo – os mailings serão fornecidos pela ACAM;
- c) Agendamentos de peças a serem disparadas em datas e horários específicos atendendo as demandas internas e externas. Gerenciamento através da ferramenta de disparo dinamize.

3.2.2 Layout

- a) Desenvolvimento gráfico / design da peça em HTML para disparo de acordo com temas propostos;
- b) Desenvolvimento de informativos com possibilidade de encaminhamento para site e/ou redes sociais;
- c) Layout pautado em boas técnicas de design para o tipo de ação.

3.2.3 Desenvolvimento Web

- a) Desenvolvimento de programação com técnicas específicas *antispams* (ABEMD e CAPEM) para evitar domínios em *blacklist*;
- b) Estrutura de peça em HTML;
- c) Integração com redes sociais;
- d) Segmentação de peças para captação de mailing e novos disparos segmentados.

3.2.4 Monitoramento e Mensuração

- a) Relatórios completos de disparos;
- b) Métricas e ROI.

3.2.5 Possibilidades de criação de peças

- a) Peças Informativas – newsletter;
- b) Peças eventos especiais;
- c) Peça programação mensal.

Parágrafo Único: Pacote de desenvolvimento de 5 (cinco) peças mensais em HTML para *Email Marketing/Newsletter*, sendo as peças cumulativas, ou seja, caso as peças não sejam utilizadas no mês, acumulam-se em créditos adicionais, poderão ser trocados por serviços com mesma característica de trabalho, os créditos não poderão ser trocados por investimentos em ferramentas como: *Facebook Ads; Google AdWords*, entre outros, ou serviços terceiros, apenas em serviços da CONTRATADA. Todas as peças de newsletter serão readaptadas para mídia impressa.

Parágrafo segundo: A CONTRATADA deverá informar o custo individual de cada peça. Caso o desenvolvimento de peças for maior do que o previsto, a CONTRATANTE deverá efetuar o pagamento das peças que excederem.

Cláusula Quarta – Do Preço

4.1 – O preço total e final para o desenvolvimento de todos os serviços contidos na cláusula terceira é de [R\$ _____] (_____), irrealizáveis.

Cláusula Quinta – Da Forma De Pagamento

5.1 - Pelos serviços prestados a CONTRATANTE pagará à CONTRATADA, [__] parcelas no valor de [R\$ ____] (_____), sendo a primeira parcela no dia [__] de [____] de 2017.

5.2 - O valor acima ajustado será pago em forma de mensalidade, referente ao mês anterior/seguinte da prestação dos serviços, contra a apresentação da Nota Fiscal de Prestação de Serviços e emissão boleto bancário.

5.2.1 - Nos valores ajustados, estão inclusos todos os tributos, relativos à CONTRATADA, que venham a incidir sobre os serviços prestados, objeto do presente contrato.

5.2.2 - A CONTRATADA é a única responsável pelo recolhimento dos tributos municipais, estaduais e federais, associados à prestação dos serviços ora contratados.

Cláusula Sexta – Dos Encargos Da Contratada

6.1 – A CONTRATANTE deduzirá ou aplicará sobre os valores descritos na cláusula quarta quaisquer incidências de tributos ou retenções na fonte que a CONTRATADA estiver obrigada a deduzir ou reter, por força da legislação pertinente.

6.2 – Estão inclusos no valor estabelecido na cláusula quarta o fornecimento de todo o material

básico para a Prestação dos serviços ora contratados;

6.3 – Os valores acima estabelecidos compreendem todos os custos diretos e indiretos da CONTRATADA, inclusive mão de obra e recursos materiais que decorram do cumprimento do contrato, incluindo todos os tributos incidentes e demais encargos.

Cláusula Sétima – Do Prazo De Vigência

7.1 - O prazo de vigência do presente Contrato inicia-se com a data de sua assinatura e permanecerá vigente até 12 (doze) meses, podendo ser renovado por iguais períodos, por simples termo aditivo, no limite de 60 (sessenta) meses.

7.2 - O preço dos serviços poderá ser reajustado a cada período de um ano, contado a partir da data de sua vigência, pelo IGPM da FGV ou por outro índice oficial que venha a substituí-lo ou, na ausência de substituto, pela média simples dos principais índices econômicos que apuram a inflação anual acumulada.

Cláusula Oitava – Das Obrigações Da Contratada

8.1 - São obrigações da CONTRATADA:

8.1.1 – A Prestação dos serviços ora contratados nos termos e condições estabelecidos neste Contrato.

8.1.2 – Cumprir os prazos estabelecidos neste Contrato, ressalvados as comprovadas hipóteses de caso fortuito ou força maior.

8.1.3 – Não divulgar quaisquer informações a terceiros acerca do objeto contratual, exceto quando pertinente ao cumprimento de exigências legais.

8.1.4 – Responder, na forma estabelecida neste, pela inobservância ou infração de quaisquer de seus itens e obrigações aqui assumidas, respondendo por perdas e danos e lucro cessante perante a CONTRATANTE e terceiros eventualmente prejudicados.

8.1.5 – Ressarcir a CONTRATANTE, no prazo de 5 (cinco) dias úteis contados da notificação para tal, quaisquer importâncias que forem cobradas por terceiros, inclusive multa, em virtude de ação ou omissão, ainda que culposa da CONTRATADA, em face de obrigações por ela assumidas neste Contrato, sem prejuízo do pagamento de perdas e danos, bem como lucros cessantes.

8.1.6 – Prestar à CONTRATANTE dados e esclarecimentos que esta julgar

necessários à perfeita compreensão dos serviços em andamento e sua execução.

8.1.7 – Assumir igualmente, inteira responsabilidade por quaisquer danos pessoais ou materiais em atividade de sua responsabilidade, como definido neste Contrato.

8.2 – A CONTRATADA se obriga a utilizar, para a execução da prestação do serviço objeto deste Contrato, somente pessoas com vínculo empregatício com a CONTRATADA, devidamente regularizados na forma da legislação previdenciária e trabalhista em vigor.

8.3 – A mão de obra empregada pela CONTRATADA não possui qualquer vínculo empregatício com a CONTRATANTE, descabendo, por consequência, a imputação de qualquer obrigação trabalhista à CONTRATANTE, devendo, portanto, a CONTRATADA responsabilizar-se pelas despesas decorrentes da contratação de pessoal, tais como: salários, acidentes em que sejam vítimas seus empregados quando em serviço, e por tudo quanto às leis trabalhistas lhes assegurem, incluindo férias, aviso prévio, indenizações, décimo terceiro salário, cesta básica, refeições, etc.

8.4 – Nenhum pagamento isentará a CONTRATADA das responsabilidades do Contrato, nem implicará em aprovação definitiva do serviço efetuado, total ou parcialmente.

Cláusula Nona - Das Obrigações Da Contratante

9.1. São obrigações da CONTRATANTE:

9.1.1 – Efetuar os pagamentos de acordo com as condições estabelecidas neste instrumento.

9.1.2 – Fornecer à CONTRATADA conteúdos e dados necessários à execução dos serviços.

9.1.3 – Permitir o livre acesso da CONTRATADA, quando necessário, aos museus MCP, MHPIV E MFL para o fiel cumprimento da prestação de serviços objeto do presente contrato.

Cláusula Décima – Da Cessão de Direitos Patrimoniais de Autor

10.1 - A CONTRATADA, neste ato, declara ser a titular da totalidade dos direitos patrimoniais de autor sobre os textos publicitários, slogans e demais obras intelectuais e artísticas por ela elaboradas para a prestação de serviços objeto do presente instrumento. Desta forma, a CONTRATADA cede à CONTRATANTE, onerosamente, em caráter universal, definitivo,

irrevogável e irretratável, para o Brasil e o exterior, a totalidade dos direitos patrimoniais de autor de que é titular, incluindo-se todas as modalidades de direitos patrimoniais de autor referidas no art. 29 da Lei n.º 9610/98, especialmente o direito de edição, reprodução, total ou parcial, por qualquer meio ou processo, em suportes materiais, inclusive por intermédio da impressão gráfica e outros formatos de publicação através de impressão gráfica, objetos, roupas, utensílios e outras utilizações aptas à reprodução visual e audiovisual; o direito de armazenamento em computador ou em discos de leitura digital, para disponibilização através de internet ou de outros sistemas de comunicação em rede, o direito de inclusão em sites e obras audiovisuais de qualquer natureza ou finalidade, o direito de exposição em locais de visitação coletiva, tais como eventos esportivos, salas de exposições, museus, feiras de arte, entre outros.

10.2 - Na condição de cedente de direitos autorais, a CONTRATADA declara ter obtido todas as cessões/licenças de direitos de terceiros (autorais, conexos de autor, de propriedade intelectual, de personalidade, entre outros) incluídos nas criações ora cedidas, responsabilizando-se perante a CONTRATANTE por qualquer pleito ou reivindicação fundados no questionamento na violação de direitos de terceiros, obrigando-se a indenizar a CONTRATANTE pelos prejuízos por ela sofridos, de qualquer natureza que sejam, moral ou material.

10.3 - Quanto aos conteúdos fornecidos pela CONTRATANTE para os fins do presente Contrato, será de sua responsabilidade obter as competentes cessões/licenças sobre direitos de terceiros necessários para a utilização nas redes sociais nos termos do presente contrato.

Cláusula Décima Primeira – Das Penalidades

11.1 – Na hipótese da CONTRATADA dar causa a qualquer descumprimento de disposição legal, decorrentes de sua ação ou omissão, inclusive em relação a terceiros, responderá a mesma civil e criminalmente pelos danos causados.

11.2 – Na hipótese de constatação de alguma irregularidade e/ou notificação em desfavor da CONTRATANTE oriunda da prestação de serviços pela CONTRATADA, a CONTRATANTE poderá rescindir o Contrato de pleno direito.

11.3 – O não cumprimento pela CONTRATADA das obrigações estabelecidas neste Contrato outorgará a CONTRATANTE o direito de cobrar multa de 10% (dez por cento) sobre o valor total do contrato, sem prejuízo de perdas e danos que o atraso vier a resultar à CONTRATANTE.

Cláusula Décima Segunda – Anticorrupção

12.1 - A CONTRATADA declara neste ato que está ciente dos termos da Lei 12.846 de 01 de Agosto de 2013, bem como ao Programa de Integridade da CONTRATANTE e se compromete a se abster de qualquer conduta que constitua uma violação das suas disposições de anticorrupção, bem como que adota procedimentos internos de auditoria e incentivo à denúncia de condutas descritas na legislação em referência.

12.2 - A CONTRATADA se obriga inclusive em nome de seus empregados, cooperados, prepostos, diretores e terceiros, bem como seus sócios que venham a agir em seu nome, a conduzir suas práticas comerciais, durante a consecução do presente contrato, de forma ética e em conformidade com os preceitos legais aplicáveis, não podendo dar, oferecer, pagar, prometer pagar, ou autorizar o pagamento de, direta ou indiretamente, qualquer dinheiro ou qualquer coisa de valor a qualquer autoridade governamental, consultores, representantes, parceiros, ou quaisquer terceiros, com a finalidade de influenciar qualquer ato ou decisão do agente ou do governo, ou para assegurar qualquer vantagem indevida, ou direcionar negócios para, qualquer pessoa, e que violem o estabelecido na Lei Anticorrupção.

12.3 - Qualquer descumprimento das disposições de Anticorrupção pela CONTRATADA, em qualquer um dos seus aspectos, ensejará a rescisão motivada do presente instrumento, independentemente de qualquer notificação, observadas as penalidades previstas neste Contrato, bem como facultará a CONTRATANTE o ressarcimento, perante a CONTRATADA, de todo e qualquer dano suportado em função do referido descumprimento.

Cláusula Décima Terceira – Da Rescisão

13.1 – O presente Contrato poderá ser rescindido de pleno direito, independentemente de aviso, notificação, interpelação judicial ou extrajudicial caso venham ocorrer quaisquer das hipóteses previstas na cláusula 11 deste Contrato, independente de notificação prévia.

Cláusula Décima Quarta – Da Cessão

14.1 – A CONTRATADA não poderá ceder ou transferir o objeto do presente Contrato, total ou parcialmente, sem o prévio consentimento por escrito da CONTRATANTE.

14.2 – Os direitos concedidos à CONTRATANTE por este instrumento serão automaticamente transferidos ao Estado de São Paulo nos casos de extinção ou perda da qualificação de Organização Social, nos termos do art. 41 de seu Estatuto Social, e do Contrato de Gestão nº 05/2016, celebrado

entre o Estado de São Paulo, por meio da Secretaria de Estado da Cultura, e a CONTRATANTE.

Cláusula Décima Quinta – Foro

15.1 – Fica eleito o foro da Cidade de Brodowski, no Estado de São Paulo, para dirimir as dúvidas oriundas deste contrato, com renúncia de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

E por acharem justas e CONTRATADAS, as partes assinam o presente Contrato em 03 (três) vias de igual teor, forma e para um só efeito, na presença de 2 (duas) testemunhas.

Brodowski, [____] de [_____] de 2017.