

Estudo Técnico Preliminar 7/2022

1. Informações Básicas

Número do processo: 21000.004747/2022-21

2. Descrição da necessidade

Com o Decreto nº 9.991, de 28/09/2019, que dispõe sobre a Política Nacional de Desenvolvimento de Pessoas (PNDP) da administração pública federal, entende-se que a Administração Pública deve sensibilizar-se para questões relativas à capacitação de pessoal. O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), com o objetivo de atender à Política de Capacitação, busca e incentiva o aperfeiçoamento técnico profissional de seus servidores.

O Plano de Desenvolvimento de Pessoas (PDP) é o instrumento da Política Nacional de Desenvolvimento de Pessoas (PNDP) institui a política de Capacitação e Desenvolvimento de Servidores do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), define que a participação de servidores em evento de capacitação e desenvolvimento faz parte da Política de Gestão de Pessoas deste órgão e que os dirigentes das unidades organizacionais do MAPA são responsáveis pelo processo de capacitação contínua dos servidores sob sua supervisão e devem contribuir permanentemente com este processo.

Oportunidade e utilidade da capacitação em relação às atividades desempenhadas pelo (a) servidor (a).

A Escola Nacional de Gestão Agropecuária (ENAGRO), integrante do Sistema de Escolas de Governo da União (SEGU), foi criada em 19 de agosto de 2015 e oficializada na estrutura organizacional do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) pelo Decreto nº 8.701, de 31 de março de 2016.

A Escola de Governo do MAPA tem como missão institucional oferecer programas de desenvolvimento e aprendizado, bem como propiciar condições para a aprendizagem contínua e efetiva que prepare todos os envolvidos nos arranjos produtivos e sociais da agropecuária com competência e ética, além do foco nas ações de capacitação em Rede realizando iniciativas de aprendizagem voltadas para o desenvolvimento de competências de servidores e empregados

.Ao serviço público de maneira geral, tem sido exigida, cada vez mais, uma prestação do serviço eficiente e efetiva. Considerando, assim, as novas tecnologias de comunicação, a Escola conta hoje com um canal no Youtube com mais de 10.300 inscritos e um perfil no Instagram com mais de 40.000 seguidores.

Neste sentido surge a necessidade de capacitação de servidores levando em consideração as características do evento e as necessidades apontadas no Plano de Desenvolvimento de Pessoas - PDP 2022, instrumento da Política Nacional de Desenvolvimento de Pessoas (PNDP) no qual são registradas as necessidades de desenvolvimento dos servidores correlacionadas com suas respectivas estratégias corporativas, permitindo assim, o desenvolvimento de competências e aquisição de conhecimentos para melhoria do desempenho na execução das atividades e processos de trabalho, que foi validado pelas chefias (Diretores, Coordenadores-Gerais ou Chefes de Gabinete) de cada uma das unidades administrativas do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento - Mapa.

Destarte, o curso de Pós - Graduação | MBA Marketing atende especificamente as competências da Escola para gestão e melhoria de desempenho na difusão de informações e conhecimentos no âmbito do Mapa e da sociedade em geral, pois a servidora é a responsável por coordenar eventos virtuais, por estruturar e produzir os conteúdos digitais nas contas das redes sociais da Escola Nacional de Gestão Agropecuária (Enagro), além da gestão da comunicação interna.

A necessidade da capacitação apontada foi devidamente planejada e encontra-se prevista no Plano de Desenvolvimento de Pessoas (PDP) para o exercício de 2022, e está correlacionada à respectiva estratégia corporativa do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA).

TIPOS DE DESPESA	VALOR (R\$)	PLANO INTERNO (PI) CUSTEIO
Taxa de Inscrição/Curso	R\$ 10.720,00	PI CAPACITAA
Total	R\$ 10.720,00	PI CAPACITAA

O conhecimento adquirido mediante formação adequada permite aperfeiçoar, aprofundar e atualizar conhecimentos em *marketing* tradicional e digital, para melhor gestão e melhoria de desempenho na difusão de informações e conhecimentos.

3. Área requisitante

Área Requisitante	Responsável
Escola Nacional de Gestão Agropecuária - Enagro	Queisi Chaiana Schneider

4. Descrição dos Requisitos da Contratação

Contratação de instituição de ensino que possua curso de Pós-Graduação/MBA em Marketing, devidamente reconhecido pelo Ministério da Educação, para a capacitação de servidor (a) que atua diretamente na área de Comunicação e gerenciamento de mídias sociais. A modalidade do evento deve se enquadrar no ensino à distância, como participação em ação de desenvolvimento sem afastamento, de forma que não inviabilize que o (a) servidor (a) desenvolva suas atividades laborais.

Prestação de serviços educacionais pela CONTRATADA. A aluna indicada como CONTRATANTE, durante o ano letivo de 2022/2023, para o Curso de Pós-graduação | MBA - Marketing se obriga a seguir os padrões de conduta estabelecidos e vigentes para usuários de Internet, abstendo-se de:

- (i) violar a privacidade de outros usuários;
- (ii) permitir que outras pessoas utilizem seu acesso ao ambiente virtual de aprendizagem;
- (iii) utilizar qualquer técnica de invasão ao site que viole a segurança do ambiente virtual de aprendizagem e de sites relacionados;
- (iv) agir conscientemente para destruir arquivos ou programas do ambiente virtual de aprendizagem e de sites relacionados;
- (v) utilizar os nomes e e-mails dos participantes do curso para fins comerciais;
- (vi) enviar mensagens que possam ser consideradas obscenas e fora dos padrões éticos e de bons costumes.

5. Fundamentação Legal

A fundamentação legal da capacitação está em consonância com:

O Decreto nº 9.991, de 28 de agosto de 2019, e sua alteração realizada pelo Decreto nº 10.506, de 2 de outubro de 2020, que dispõe sobre a Política Nacional de Desenvolvimento de Pessoas da administração pública federal direta, autárquica e fundacional, e regulamenta dispositivos da Lei nº 8.112, de 11 de dezembro de 1990, quanto a licenças e afastamentos para ações de desenvolvimento;

A Instrução Normativa nº 21, de 01 de fevereiro de 2021, e sua alteração realizada pela Instrução normativa SGPENAP/SEDGG /ME nº 69, de 13 de julho de 2021 que estabelece orientações aos órgãos do Sistema de Pessoal Civil da Administração Pública Federal - SIPEC, quanto aos prazos, condições, critérios e procedimentos para a implementação da Política Nacional de Desenvolvimento de Pessoas - PNPD; e

Com as diretrizes das ações de educação continuada no âmbito do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa), estabelecidas por meio da Portaria nº 452, de 30 de abril de 2018 e com o Plano de Desenvolvimento de Pessoas - PDP 2022, aprovado.

A contratação pretendida será por inexigibilidade de licitação, fundamentada no art. 25, inciso II c/c art. 13, inciso VI ambos da Lei 8.666/93

6. Levantamento de Mercado

Foi consultado o Painel de Preços, disponível no endereço eletrônico <https://paineldeprecos.planejamento.gov.br/> (Art. 5º, inciso I, da IN SEGES/ME nº 73/2020), e o resultado está em anexo.

Além disso, a equipe de planejamento efetuou buscas nos sítios de instituições de ensino, devidamente registradas no Ministério da Educação (MEC), tendo encontrado cursos similares ao pretendido, mas que não são compatíveis com capacitação pretendida, tendo em vista os fatores abaixo elencados: Valor: superior ao da contratação pretendida; Grade curricular: diversa da grade que se enquadra com a necessidade pretendida.

Os cursos encontrados foram:

Curso	Instituição de Ensino	Modalidade	Valor: R\$	Resultado da comparação
MBA em Marketing e Inteligência de Negócios Digitais	Fundação Getúlio Vargas - FGV	Presencial ou Webconferência	33.289,00	Não compatível: Grade curricular não possui a abrangência necessária, além de focar em organizações da iniciativa privada. Valor superior
MBA em Gestão de Marketing	PUC-RIO	Presencial	33.793,00	Não compatível: Presencial (Rio de Janeiro) Grade curricular não possui a abrangência necessária. Valor superior
MBA em Gestão de Marketing	IBMEC	Presencial	31.322,57	Não compatível: Presencial (Brasília) Grade curricular não possui a abrangência necessária. Valor superior
MBA em Marketing, Branding e Growth	PUCRS	Presencial ou Webconferência	12.773,16	Não compatível: Grade curricular não possui a abrangência necessária. Valor superior
MBA em Marketing	Esalq / USP	Webconferência e EAD	10.720	Grade curricular possui a abrangência necessária no conteúdo, para aplicação em órgãos públicos. As aulas são por Webconferência e ficam disponíveis para sistema EAD.

7. Descrição da solução como um todo

Nome: MBA Marketing

Período de realização: 31/05/2022 a 30/11/2023, as terças-feiras, das 19h às 23h, na modalidade EAD

Carga Horária: 360 horas/aula + 40 horas/aula trabalho de conclusão de curso (TCC), totalizando 400 h/a. O cronograma poderá ser estendido em até 3 meses devido a feriados nacionais e recessos.

Local: Brasília/DF.

Modalidade: Ensino à distância

Instituição promotora: Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz (Esalq) da Universidade de São Paulo (USP)

Reconhecimento MEC: Portaria MEC nº 48 de 22 de janeiro de 2013 do Ministério da Educação, D.O.U. de 23/01/2013

7.1 Objetivo

Mais do que conhecimentos técnicos, o MBA em Marketing USP/Esalq também busca desenvolver competências sociais e emocionais, como análise de dados para tomada de decisão, resolução de problemas, criatividade, inovação, liderança, visão sistêmica, pensamento analítico, adaptação e flexibilidade entre outros.

7.2 Estrutura Curricular

Estratégia de Marketing - Big Data; Comportamento do Consumidor; Comportamento do consumidor no digital; Criatividade e inovação no Marketing; Ética no Marketing; Inteligência de Mercado (BI); Macroambiente para Negócios; Marca e Identidade Visual; Marketing e Empreendedorismo; Marketing Internacional; Pesquisa de Marketing; Segmentação de Mercado e Posicionamento; Sistemas de Informação de Marketing; e Venda Direta e Marketing Multinível.

Tópicos de Marketing - Conteúdo atrativo para o Digital; Gestão Financeira em Marketing; Indicadores de desempenho, KPI e Analytics no Marketing Digital; Marketing de Baixa Renda; Marketing do Luxo; Marketing de Mídias Sociais; Marketing de Relacionamento; Marketing Digital; Marketing Social e Ambiental; Métodos Quantitativos em Marketing; Métodos Qualitativos em Marketing; Métricas em Comunicação e Marketing; Negociação em Marketing; Planejamento e público-alvo de uma campanha de Marketing Digital; e Visual Merchandising e Experiência de Compra.

Gestão de Marketing - Canais de Marketing; Copywriting e Marketing; Endomarketing e Gestão de Pessoas; Estratégia de Branding; Estratégia de Preços; Estratégia e Marketing de Produtos; Experiência do Usuário (UX); Gestão de Vendas; Gestão do Esforço de Marketing; Gestão Estratégica da Comunicação; Marketing de Varejo e Serviços; Marketing Estratégico de Redes; Neuromarketing; Relações Públicas; e SEO.

No fim do curso, o profissional poderá:

- Desenvolver estratégias de conteúdo atrativos para o digital e físico;
- Obter *insights* sobre diversas áreas do *Marketing*, como neuromarketing, de luxo, de baixa renda, de mídias sociais, de relacionamento, social e ambiental;
- Definir estratégias de negociação, *visual merchandising* e experiências de compra física e digital;
- Avaliar métodos quantitativos e qualitativos em *Marketing*;
- Analisar indicadores de desempenho, como *KPIs* e *Analytics*;
- Conhecer aspectos de planejamento de *Marketing* e definição do público-alvo;
- Apresentar projetos de *copywriting*, endomarketing, *branding*, UX e SEO;
- Trabalhar com Marketing internacional, segmentação e posicionamento;
- Avaliar projetos de varejo, consumo, inovação, relações públicas, Big Data e Inteligência de Mercado;
- Entender gestão financeira e de vendas; e
- Compreender as tendências do empreendedorismo em *Marketing*.

7.3 Corpo Docente

Karlan Muniz - pesquisador e professor nas áreas de marketing, comportamento do consumidor, gestão de marcas e comunicação com o mercado. É consultor em análise de mercado e raciocínio de comunicação com o mercado. Graduado em propaganda e marketing pela ESPM-SP, com Mestrado e Doutorado em Administração/Marketing pela PUC/PR.

José G. Lupoli Junior - Consultor senior nas áreas de Estratégia Empresarial, Marketing estratégico, Marketing de Varejo, Estratégias Comerciais; Processo Decisório e Negociação. Professor Associado da Fundação Dom Cabral (FDC) e da Fundação Instituto de Administração (FIA). Conferencista e Palestrante nas áreas de Processo Decisório; Gestão Comercial e Negociação Avançada. Specialties: Marketing estratégico; Estratégias Comerciais; Processo Decisório Gerencial, Negociação Estratégica e Gestão Estratégica de Organizações.

Mitsuru Yanaze - Possui graduação em Publicidade e Propaganda pela Universidade de São Paulo (1978), especialização em Administração de Empresas pela Fundação Getúlio Vargas, mestrado em Master Of Business Administration - Michigan State University (1983) e doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (1994). Atualmente é professor titular do departamento de Publicidade, Relações Públicas e Turismo da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. É coordenador do CEACOM (Centro de Estudos de Avaliação e Mensuração em Comunicação e Marketing) da ECA-USP. Coordena programas acadêmicos internacionais em parceria com a Universidade da Flórida (EUA), Universidade Paris Descartes Sorbonne e Universidade Nova de Lisboa.

Mateus Canniatti Ponchio - Doutor em Administração pela Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas - FGV-EAESP (2006) com Estágio Doutoral na University of Otago - Nova Zelândia (2006) e Graduado em Administração de Empresas pela FGV-EAESP (2002). Concluiu seu pós-doutorado (2016) na Georgia State University Robinson College of Business. Entre 2008 e 2021 foi professor titular da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-SP), onde entre 2019 e 2021 foi Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA/ESPM). Liderou a criação de um MINTER e um DINTER no estado do Mato Grosso em 2019 e 2020, respectivamente. Atualmente é professor de carreira da Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas (FGV-EAESP) e Editor Científico da RAE - Revista de Administração de Empresas (FGV). É membro do corpo editorial do International Journal of Bank Marketing (Emerald).

Dorinho Bastos - Possui graduação em Arquitetura pela Universidade Braz Cubas (1974). Mestrado (1984) e doutorado (1992), ambos em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Desde 1976 é professor do Curso de Publicidade da Escola de Comunicações e Artes/ECA-USP. É professor nos cursos de pós graduação GESTCORP/ECA-USP, Gestão de Comunicação e Mkt /ECA-USP, da FIA/Fundação Instituto de Administração, do INPG /Instituto Nacional de Pós Graduação e da SUSTENTARE / Escola de Negócios.

Marcos R. Luppe - Universidade de São Paulo Universidade de São Paulo, Doctor of Philosophy (PhD), Families Consumption Pattern Doctor of Philosophy (PhD), Families Consumption Pattern 2007 - 2010; Universidade de São Paulo Universidade de São Paulo Master, Consumer Decision Process Master, Consumer Decision Process 2004 - 2006 PHD

Adalberto Belluomini - Formado em Engenharia Mecânica-Aeronáutica pelo ITA, pós-graduado em Administração de Empresas pela FGV EAESP, mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP e doutorando em Administração, área Estratégia e Mercado, na FGV EAESP. É professor do Departamento de Marketing da FGV EAESP desde 1993 e professor dos cursos de MBA da FGV Educação Executiva.

Destacamos a notoriedade do corpo docente da instituição, por sua experiência e qualificação. Além da titulação, nas melhores instituições no Brasil e no exterior, os professores possuem larga experiência no mercado, o que contribui para o enriquecimento do aprendizado e o dinamismo das aulas.

8. Estimativa das Quantidades a serem Contratadas

1 (uma) inscrição no curso de MBA em Marketing - Esalq/USP

9. Estimativa do Valor da Contratação

Valor (R\$): 10.720,00

A estimativa do valor no valor de **R\$ 10.720 (dez mil setecentos e vinte reais)**, às custas do **PI CAPACITAA**.

10. Justificativa para o Parcelamento ou não da Solução

Em regra, as obras, serviços e compras realizadas pela Administração Pública devem ser divididos em tantas parcelas quanto se comprovem técnica e economicamente viáveis, conforme previsto no art. 23, §1º da lei 8.666 de 1993. Essa regra visa promover o melhor aproveitamento dos recursos disponíveis no mercado e a ampliação da competitividade sem perda da economia de escala.

Com relação ao tema de parcelamento na licitação, o Tribunal de Contas da União se pronunciou ao respeito por meio da súmula 247 a qual está transcrita a seguir:

É obrigatória a admissão da adjudicação por item e não por preço global, nos editais das licitações para a contratação de obras, serviços, compras e alienações, cujo objeto seja divisível, **desde que não haja prejuízo para o conjunto ou complexo ou perda de economia de escala**, tendo em vista o objetivo de propiciar a ampla participação de licitantes que, embora não dispondo de capacidade para a execução, fornecimento ou aquisição da totalidade do objeto, possam fazê-lo com relação a itens ou unidades autônomas, devendo as exigências de habilitação adequar-se a essa divisibilidade. (grifos nossos)

Nesse sentido, a equipe de planejamento entende que por se tratar de um evento de capacitação classificada no art. 17 da Portaria 452/2018, como evento continuado de longa duração, o parcelamento não pode ser aplicado.

11. Contratações Correlatas e/ou Interdependentes

As contratações correlatas referem-se aos contratos que podem impactar direta ou indiretamente nos resultados da contratação descrita no objeto deste ETP incluindo, por exemplo, contratações já existentes.

A Escola Nacional de Administração Pública - ENAP não oferta curso com o mesmo ou similar conteúdo programático previsto pela USP/ESALQ que possa ser estendido aos servidores do Mapa de acordo com as necessidades identificadas, a fim de que não pare dúvidas sobre a necessidade/economicidade da contratação direta ora almejada.

Ainda, o órgão central (Ministério da Economia) manifestou-se acerca do Plano de Desenvolvimento de Pessoas 2022 do Mapa, por meio de Manifestação Técnica acerca da devolutiva do PDP 2022, que em caso o órgão não encontre ações de desenvolvimento em seu portfólio que pudessem atendê-lo, o órgão/entidade poderá realizar ações de desenvolvimento com outras instituições, apresentando as devidas justificativas no processo de contratação.

Assim, não sendo ofertado ou previsto cursos com a metodologia e conteúdo programático similar ao objeto da contratação em questão, a servidora buscou no mercado outra instituição, mediante motivações já mencionadas.

Diante do exposto, entende-se pela inexistência de contratações que possam impactar nos resultados desta contratação.

12. Alinhamento entre a Contratação e o Planejamento

A necessidade da capacitação apontada foi devidamente planejada e encontra-se prevista no Plano de Desenvolvimento de Pessoas (PDP) para o exercício de 2022, e está correlacionada à respectiva estratégia corporativa do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA).

A escolha da Instituição, deu-se pela referência da instituição promotora em ofertar cursos para profissionais que trabalham nas mais diversas áreas estratégicas da vida nacional, como a administração pública, a economia, a história e a área jurídica.

Nesse sentido, a ESALQ é considerada um centro de excelência e competência e tem grande destaque na produção de conhecimento, inclusive inserida em índices internacionais.

O curso pretendido pela servidora será ministrado por profissionais qualificados e conhecidos pela sua excelência em repassar todo o conhecimento pretendido, pelo que comprova-se através da análise do conteúdo programático e do corpo docente.

Outro diferencial dessa instituição, que convalidam a escolha é a possibilidade do aluno completar o conhecimento com vivência internacional com desconto de 70% para cursar os programas de ensino oferecidos pela parceria *International Business School* (IBS Americas)-Pecege. São cursos relacionados aos temas dos MBAs, desenvolvidos pela **University of La Verne (ULV)**, na Califórnia, Estados Unidos:

- **Programa de Liderança e Coaching**
- **Programa Avançado de Projetos**
- **Programa Avançado de Marketing**
- **Módulos Internacionais de Estratégia e de Finanças**

13. Benefícios a serem alcançados com a contratação

A capacitação da servidora com a realização do MBA em Marketing, está totalmente correlacionado às suas atividades, bem como aos objetivos estratégicos da Enagro, já que aborda os principais conceitos correlacionados ao *marketing* tradicional e digital, para melhor gestão e melhoria de desempenho na difusão de informações e conhecimentos no âmbito do Mapa.

14. Providências a serem Adotadas

De acordo com o rito da lei nº 8.666, de 1993 com atenção fundamentada ao art. 25, inciso II c/c art. 13, inciso VI, será realizada a comprovação dos seguintes requisitos na instrução processual.

- a contratação de serviços técnicos enumerados no art. 13 da Lei 8.666/93;

Art. 13. Para os fins desta Lei, consideram-se serviços técnicos profissionais especializados os trabalhos relativos a:

VI - treinamento e aperfeiçoamento de pessoal:

- de natureza singular;
- com profissionais ou empresas de notória especialização, vedada a inexigibilidade para serviços de publicidade e divulgação.

15. Possíveis Impactos Ambientais

A equipe de planejamento entende que não existem impactos ambientais possíveis na presente contratação.

16. Declaração de Viabilidade

Esta equipe de planejamento declara **viável** esta contratação.

16.1. Justificativa da Viabilidade

Por todo o exposto neste ETP, entende-se pela viabilidade do objeto, considerando o menor valor apresentado entre as opções de cursos similares ao pretendido. Pela abrangência e compatibilidade da estrutura curricular, pela experiência, qualificação e notoriedade do corpo docente da instituição, além do incentivo, aos alunos do curso em questão, para cursar os programas de ensino oferecidos pela parceria do Pecege com a International Business School (IBS Americas).

17. Responsáveis

LIGIA PEREIRA RODRIGUES
Assessora Técnica Especializada (FCPE 104.1)

Lista de Anexos

Atenção: Apenas arquivos nos formatos ".pdf", ".txt", ".jpg", ".jpeg", ".gif" e ".png" enumerados abaixo são anexados diretamente a este documento.

- Anexo I - Pesquisa de Precos.pdf (50.8 KB)

Anexo I - Pesquisa de Precos.pdf

MÉDIA	MEDIANA	MENOR
R\$ 97.803,86	R\$ 96.881,72	R\$ 10.720

Quantidade total de registros: 4

Registros apresentados: 1 a 4

FILTROS APLICADOS

Descrição	Descrição Complementar	Modalidade da Compra	Período da Compra
CURSO APERFEICOAMENTO / ESPECIALIZACAO PROFISSIONAL	7 of 202065	Inexigibilidade de Licitação	Comprado Últimos 150 dias

RESULTADO 1

DADOS DA COMPRA

Identificação da Compra: 00011/2021

Número do Item: 00001

Objeto da Compra: Contratação da empresa Fundação de Estudos Agrários Luiz de Queiroz - FEALQ, para prestação do curso MBA em Gestão de Pessoas.

Quantidade Ofertada: 1

Valor Proposto Unitário: -

Valor Unitário do Item: R\$ 10720

Código do CATMAT: 17663

Descrição do Item: CURSO APERFEICOAMENTO / ESPECIALIZACAO PROFISSIONAL

Descrição Complementar:

Unidade de Fornecimento: UNIDADE

Modalidade da Compra: Inexigibilidade de Licitação

Forma de Compra: SISPP

Marca:

Data do Resultado: 24/09/2021

DADOS DO FORNECEDOR

Nome do Fornecedor: FUNDACAO DE ESTUDOS AGRARIOS LUIZ DE QUEIROZ

CNPJ/CPF: 48659502000155

Porte do Fornecedor: Outros

DADOS DO ÓRGÃO

Número da UASG: 170607 - DIRETORIA DE ADMINISTRAÇÃO E LOGÍSTICA

Órgão: MINISTERIO DA ECONOMIA

Órgão Superior: MINISTERIO DA ECONOMIA

RESULTADO 2

DADOS DA COMPRA

Identificação da Compra: 00013/2021

Número do Item: 00001

Objeto da Compra: Contratação de prestação de serviços educacionais para ministrar o curso de Pós-graduação Stricto Sensu Doutorado Profissional em Ciências Contábeis e Administração, na modalidade híbrida/telepresencial.

Quantidade Ofertada: 1

Valor Proposto Unitário: -

Valor Unitário do Item: R\$ 57463,44

Código do CATMAT: 17663

Descrição do Item: CURSO APERFEICOAMENTO / ESPECIALIZACAO PROFISSIONAL

Descrição Complementar:

Unidade de Fornecimento: UNIDADE

Modalidade da Compra: Inexigibilidade de Licitação

Forma de Compra: SISPP

Marca:

Data do Resultado: 23/09/2021

DADOS DO FORNECEDOR

Nome do Fornecedor: FUCAPE PESQUISA E ENSINO S/A

CNPJ/CPF: 06105333000161

Porte do Fornecedor: Outros

DADOS DO ÓRGÃO

Número da UASG: 158147 - INST.FED.DE EDUC.,CIENC.E TEC.DE ALAGOAS

Órgão: INST.FED.DE EDUC.,CIENC.E TEC. DE ALAGOAS

Órgão Superior: MINISTERIO DA EDUCACAO

RESULTADO 3

DADOS DA COMPRA

Identificação da Compra: 00012/2021

Número do Item: 00001

Objeto da Compra: Contratação de prestação de serviços educacionais para ministrar o curso de Pós-graduação Stricto Sensu Doutorado Profissional em Ciências Contábeis e Administração, na modalidade híbrida/telepresencial.

Quantidade Ofertada: 1

Valor Proposto Unitário: -

Valor Unitário do Item: R\$ 136300

Código do CATMAT: 17663

Descrição do Item: CURSO APERFEICOAMENTO / ESPECIALIZACAO PROFISSIONAL

Descrição Complementar:

Unidade de Fornecimento: UNIDADE

Modalidade da Compra: Inexigibilidade de Licitação

Forma de Compra: SISPP

Marca:

Data do Resultado: 23/09/2021

DADOS DO FORNECEDOR

Nome do Fornecedor: FUCAPE PESQUISA E ENSINO S/A

CNPJ/CPF: 06105333000161

Porte do Fornecedor: Outros

DADOS DO ÓRGÃO

Número da UASG: 158147 - INST.FED.DE EDUC.,CIENC.E TEC.DE ALAGOAS

Órgão: INST.FED.DE EDUC.,CIENC.E TEC. DE ALAGOAS

Órgão Superior: MINISTERIO DA EDUCACAO

RESULTADO 4

DADOS DA COMPRA

Identificação da Compra: 00003/2021

Número do Item: 00001

Objeto da Compra: MBA em Gerenciamento de Projetos da Fundação Getúlio Vargas

Quantidade Ofertada: 1

Valor Proposto Unitário: -

Valor Unitário do Item: R\$ 186732

Código do CATMAT: 17663

Descrição do Item: CURSO APERFEICOAMENTO / ESPECIALIZACAO PROFISSIONAL

Descrição Complementar:

Unidade de Fornecimento: UNIDADE

Modalidade da Compra: Inexigibilidade de Licitação

Forma de Compra: SISPP

Marca:

Data do Resultado: 01/09/2021

DADOS DO FORNECEDOR

Nome do Fornecedor: FUNDACAO GETULIO VARGAS

CNPJ/CPF: 33641663000144

Porte do Fornecedor: Outros

DADOS DO ÓRGÃO

Número da UASG: 120039 - MAER-GRUPAMENTO DE APOIO/RJ

Órgão: COMANDO DA AERONAUTICA

Órgão Superior: MINISTERIO DEFESA

