

CONCORRÊNCIA – 02/2023

O **Senac – Administração Nacional**, instituição de direito privado, comunica que realizará licitação, na modalidade **concorrência, do tipo técnica e preço**, nos termos da Resolução Senac nº 958/2012

RESUMO DA LICITAÇÃO

OBJETO:

Contratação de agência de publicidade e propaganda.

RECEBIMENTO DOS ENVELOPES CONTENDO OS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO E AS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS:

De 27/09/2023 até às 10h do dia 17/10/2023.

ABERTURA DOS ENVELOPES E LOCAL DA REALIZAÇÃO DO CERTAME:

Às 10h do dia 17/10/2023 na Av. Ayrton Senna, 5.555, bloco B, sala 102, Jacarepaguá - RJ, CEP: 22775-004.

DISPONIBILIDADE DO EDITAL:

No site <https://transparencia.senac.br/#/dn/licitacoes> e na Gerência de Aquisição do **Senac – Administração Nacional**, na Av. Ayrton Senna, 5.555, bloco B, sala 102, Jacarepaguá - RJ, CEP: 22775-004.

PEDIDOS DE ESCLARECIMENTO:

Impreterivelmente, até as 23h59 do terceiro dia útil anterior à data de abertura da sessão, pelo *e-mail* licitacao@senac.br, em relação a eventuais dúvidas de interpretação do presente Edital e seus Anexos, visando à sua melhoria.

IMPUGNAÇÕES AO EDITAL:

Impreterivelmente, até as 23h59 do terceiro dia útil anterior à data de abertura da sessão, pelo *e-mail* licitacao@senac.br, devendo ser enviada em papel timbrado da licitante e assinada pelo representante legal, cabendo a Comissão de Licitação divulgar a decisão sobre a impugnação no prazo de até 2 (dois) dias úteis, contados de sua interposição.

CONCORRÊNCIA – 02/2023

1. DAS DISPOSIÇÕES INICIAIS

- 1.1 O Senac – **Administração Nacional**, instituição de direito privado, nos termos da lei civil, cabendo sua organização e direção à Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo.
- 1.2 A presente Licitação será realizada na modalidade Concorrência do tipo **técnica e preço**, nos termos da Resolução Senac 958/2012, publicada na seção 3, nº 187, páginas 192 a 194 do Diário Oficial da União, de 26 de setembro de 2012, em vigor a partir de 1.º de novembro de 2012 e das alterações posteriores, que se processará obedecendo aos termos estabelecidos neste Edital, autorizada pela **Requisição nº 279521**.
- 1.3 As instruções estabelecidas neste Edital de Licitação determinam os procedimentos que orientarão o presente processo licitatório até a assinatura do respectivo Contrato. Alegações de desconhecimento destas instruções, bem como das disposições legais acima especificadas, não serão aceitas como razões válidas para justificar quaisquer erros ou divergências encontradas em seus documentos de **habilitação, proposta técnica e/ou proposta de preços**.
- 1.4 A documentação necessária à **habilitação** e às **propostas técnicas e de preços** deverão atender a todas as exigências contidas no Edital. Qualquer descumprimento por parte da licitante implicará na sua inabilitação ou desclassificação.
- 1.5 Este Edital estará disponível gratuitamente, a partir de 27/09/2023, no [site https://transparencia.senac.br/#/dn/licitacoes](https://transparencia.senac.br/#/dn/licitacoes) e na Gerência de Aquisição do **Senac – Administração Nacional**, na Av. Ayrton Senna, 5.555 - bloco B, sala 102, Jacarepaguá - RJ, CEP: 22775-004, Tel. (21) 2136-5675 das 10 às 17 horas.

2. DA ABERTURA

- 2.1 A abertura da presente Licitação dar-se-á em Sessão Pública, a ser realizada de acordo com a Resolução Senac 958/2012 e demais alterações posteriores.
 - 2.1.1 Recebimento dos envelopes contendo os documentos de habilitação e as propostas técnicas e de preços até às 10h do dia 17/10/2023.
 - 2.1.2 Abertura dos envelopes: Às 10h do dia 17/10/2023.

- 2.1.3 Local da sessão: Av. Ayrton Senna, 5.555, bloco B, sala 102, Jacarepaguá, Rio de Janeiro - RJ.
- 2.2 Quando, por motivo de suspensão do expediente no **Senac – Administração Nacional**, não se realizar o ato do recebimento e abertura dos envelopes que contêm os documentos e as propostas relativas a presente licitação, fica acordado que a realização do mesmo ocorrerá no horário já estabelecido, no primeiro dia útil posterior à data fixada nesta Concorrência.
- 2.3 Todas as referências a horário neste Edital e durante a Sessão Pública, consideram o horário de Brasília-DF.

3. DO OBJETO

- 3.1 Constitui objeto da presente Licitação a contratação de agência para a prestação de serviço de publicidade e propaganda, sob demanda, em atendimento ao **Senac – Administração Nacional** e ao **Sesc – Administração Nacional**, de acordo com as condições, quantidades e exigências descritas neste Edital.
- 3.1.1 A prestação de serviço compreende o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenha por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral, dentre outros. Também integram como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:
- 3.1.1.1 Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os veículos de divulgação, os resultados das ações realizadas e demais conhecimentos relativos à execução dos contratos;
- 3.1.1.2 Ao planejamento estratégico da marca (ação promocional, eventos e convenções, *branding*, produção multimídia) que compreende na execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento sobre o mercado; público-alvo, os veículos de divulgação, os resultados das ações realizadas e demais conhecimentos relativos à execução do contrato;

- 3.1.1.3 Ao planejamento, criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas à expansão dos efeitos das mensagens publicitárias em consonância com as novas tecnologias;
- 3.1.1.4 Ao desenvolvimento do Plano de Comunicação Publicitária, visando o alcance dos objetivos pretendidos e que a instituição obtenha o melhor retorno do seu investimento em publicidade, seja sob forma de resultados imediatamente quantificáveis, seja pela agregação contínua de valor à sua marca, conceito ou ideia;
- 3.1.1.5 À produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada;
- 3.1.1.6 À contratação de serviços internos e/ou externos de pesquisas regulares de audiência, auditoria de circulação e controle de mídia, disponíveis no mercado, correndo por conta da agência e necessários a prestação de serviços do **Senac – Administração Nacional** e do **Sesc – Administração Nacional**;
- 3.1.1.7 À produção de conteúdo, planejamento, monitoramento e elaboração de relatórios de canais digitais ou *off-line*;
- 3.1.1.8 Ao desenvolvimento e produção de materiais promocionais e/ou de comunicação que agreguem valor a marca;
- 3.1.1.9 Desenvolvimento e operacionalização de ações de marketing de experiência;
- 3.1.1.10 À produção de *sites*, *hotsites*, *blogs*, aplicativos e ações em ambientes digitais;
- 3.1.1.11 Gestão e operacionalização de ações com influenciadores digitais;
- 3.1.1.12 Prospecção, planejamento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação digital no âmbito do contrato;

3.1.1.13 Implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação digital, destinadas a expandir os efeitos de mensagens e conteúdo do **Senac – Administração Nacional** e do **Sesc – Administração Nacional**, em seus canais proprietários e em outros ambientes, plataformas ou ferramentas digitais, em consonância com novas tecnologias;

3.1.1.14 Compra de mídia, elaboração e operacionalização de planos de mídia *on-line e offline*; planejamento e/ou execução de mídia e impulsionamentos em canais de comunicação, além de relacionamento com influenciadores.

3.1.2 A licitante vencedora atuará por ordem e conta do **Senac – Administração Nacional** e do **Sesc – Administração Nacional** em conformidade com o art. 3.º da Lei n.º 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, de veículos de comunicação e divulgação para a transmissão de mensagens publicitárias.

4. CONDIÇÕES GERAIS PARA PARTICIPAÇÃO

4.1 Respeitadas as condições legais e as constantes deste Edital deverão ser observadas as seguintes determinações:

4.1.1 Na presente licitação somente poderá se manifestar em nome da licitante o sócio ou dirigente/administrador, com poderes conferidos pelo Estatuto ou Contrato Social em vigor, para representá-la ativa e passivamente em juízo ou fora dele, ou, ainda, procurador devidamente credenciado, ou seja, com poderes outorgados por meio de procuração, por instrumento público ou particular, para representar a licitante em processo licitatório.

4.1.2 Entende-se como procurador credenciado aquele com poderes outorgados por meio de procuração, por instrumento público ou particular, para representar a licitante, em processo licitatório ou, aquele credenciado por meio da Carta de Credenciamento, conforme modelo **Anexo V**.

4.2 Não poderão participar da presente licitação:

4.2.1 Empresas que tenham como dirigente ou sócio ex-empregado do **Senac – Administração Nacional** e do **Sesc – Administração Nacional**.

4.2.2 Empresas em processo de dissolução ou falência.

- 4.2.3 Pessoas físicas ou jurídicas suspensas de participar de licitação ou impedidas de contratar com o **Senac – Administração Nacional** e com o **Sesc – Administração Nacional**, durante o prazo da sanção aplicada.
- 4.2.4 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, desde que, em eventuais diligências, se comprove o conluio entre eles com intuito de frustrar a competitividade do certame, exceto se demonstrado que não agem representando interesse econômico em comum.
- 4.2.5 Empresas que tiveram Contratos rescindidos por inadimplência ou falta de capacidade técnica nos últimos 24 (vinte e quatro) meses, com o **Senac – Administração Nacional** e com o **Sesc – Administração Nacional**, a contar da data deste Edital.
- 4.2.6 Empresas que tenham como empregado ou sócio membro da Comissão de Avaliação Técnica deste certame.

5. COMISSÃO DE LICITAÇÃO E COMISSÃO DE AVALIAÇÃO TÉCNICA

- 5.1 Esta concorrência será processada e julgada pela Comissão de Licitação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas, envelope “A” - Plano de comunicação publicitária - via não identificada e envelope “C” - Capacidade de atendimento, Repertório e relatos de solução de problemas de comunicação.
- 5.2 As Propostas Técnicas dos envelopes “A” e “C”, serão analisados e julgados por Comissão de Avaliação Técnica, constituída por 1 (um) membro vinculado à Gerência de Marketing e Comunicação do **Senac – Administração Nacional**, 1 (um) membro vinculado à Assessoria de Comunicação do **Sesc – Administração Nacional** e 1 (um) membro sem vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto com o **Senac – Administração Nacional** e com o **Sesc – Administração Nacional** formado em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, conforme relação obtida por meio do Chamamento Público 01/2023.
- 5.3 A Comissão de Avaliação Técnica será composta, ainda, por 3 (três) membros suplentes, sendo 1 (um) empregado do **Senac – Administração Nacional** vinculado à Gerência de Marketing e Comunicação, 1 (um) empregado do **Sesc – Administração Nacional** vinculado à Assessoria de Comunicação do **Sesc – Administração Nacional** e 1 (um) membro sem vínculo, nos termos do item 5.2.

- 5.3.1 A escolha dos membros da Comissão de Avaliação Técnica dar-se-á por sorteio na primeira Sessão Pública de recebimento e abertura dos envelopes, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 3 (três) integrantes com vínculo com o **Senac – Administração Nacional**, 3 (três) integrantes com vínculo com o **Sesc – Administração Nacional** e 3 (três) integrantes sem vínculo, previamente relacionado.
 - 5.3.1.1 Os membros sorteados como suplentes somente assumirão os trabalhos na hipótese de fato superveniente ao sorteio que impeça o membro titular de assumir os trabalhos, desde que o fato seja devidamente justificado e aceito pela Comissão de Licitação.
- 5.3.2 Qualquer interessado poderá solicitar a impugnação de nome integrante da relação, conforme previsto no preâmbulo do presente Edital.
 - 5.3.2.1 Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na Comissão de Avaliação Técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.
 - 5.3.2.2 A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e publicação de nova lista, sem o nome do impugnado, respeitado o disposto neste item.
 - a) Somente será admitida nova impugnação do nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.
 - 5.3.2.3 Será publicada nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido.
- 5.3.3 Os integrantes da Comissão de Avaliação Técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos envelopes com as propostas técnicas.
- 5.3.4 Caberá Comissão de Avaliação Técnica:
 - 5.3.4.1 Analisar individualmente e julgar os envelopes “A” Plano de comunicação publicitária - via não identificada e “C” Capacidade de atendimento, relatos de soluções de comunicação publicitária para julgamento das Propostas Técnicas das licitantes.

5.3.4.2 Desclassificar as licitantes que desatenderem as exigências legais e as estabelecidas neste Edital, em especial as relacionadas a aposição de marca, sinal, etiqueta ou palavra que possibilite a identificação das proponentes nos envelopes e/ou documentos neles.

5.3.4.3 Produzir e encaminhar à Comissão de Licitação todos os documentos necessários ao atendimento dos termos deste Edital, relativos ao julgamento da qualificação técnica das licitantes, neles compreendidas as planilhas com as pontuações dos quesitos e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram, em cada caso.

5.3.4.4 Manifestar-se, em caso de eventuais recursos das licitantes relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, quando solicitada pela Comissão de Licitação.

6. DA APRESENTAÇÃO DOS ENVELOPES

6.1 As licitantes deverão apresentar 5 (cinco) envelopes distintos, contendo, na seguinte ordem:

6.1.1 Proposta Técnica composta por 3 (três) envelopes distintos:

6.1.1.1 Envelope “A”: Plano de comunicação publicitária - via não identificada;

6.1.1.2 Envelope “B”: Plano de comunicação publicitária - via identificada;

6.1.1.3 Envelope “C”: Capacidade de atendimento, Repertório e relatos de solução de problemas de comunicação.

6.1.2 Envelope “D”: Proposta de Preços;

6.1.3 Envelope “E”: Documentos de Habilitação.

6.2 Exceto em relação à via não identificada, envelope “A” item 6.1.1.1, externamente, no corpo dos envelopes, deverão ser informados o nome da licitante por extenso, nº do CNPJ, endereço, *e-mail* e telefone de contato, devendo conter as seguintes determinações:

- 6.2.1 Envelope “A” via não identificada será fornecido pelo **Senac – Administração Nacional** junto com o pen drive que será utilizado para apresentação do inciso III do item 13.1.1.3 da alínea “a” e as licitantes deverão proceder a retirada do mesmo até 30min (trinta minutos) antes da abertura da sessão na sede do **Senac – Administração Nacional**, no endereço constante no item 1.5. Não será admitida a entrega da via não identificada em envelope distinto do fornecido nem pen drive diverso do fornecido pela Comissão de Licitação.
- 6.2.1.1 A licitante deverá solicitar previamente o envelope e o pen drive pelo *e-mail* licitacao@senac.br até 1h (uma hora) antes da abertura da sessão.
- 6.2.2 Envelope “B”, lacrado, identificado com os dizeres “CONCORRÊNCIA SENAC/AN N.º 02/2023 – PROPOSTA TÉCNICA: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA VIA IDENTIFICADA - B”, data e horário da sessão.
- 6.2.3 Envelope “C”, lacrado, identificado com os dizeres “CONCORRÊNCIA SENAC/AN N.º 02/2023 – PROPOSTA TÉCNICA: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÃO DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO - C”, data e horário da sessão.
- 6.2.4 Envelope “D”, lacrado, identificado com os dizeres “CONCORRÊNCIA SENAC/AN N.º 02/2023 – PROPOSTA DE PREÇOS - D”, data e horário da sessão.
- 6.2.5 Envelope “E”, lacrado, identificado com os dizeres “CONCORRÊNCIA SENAC/AN N.º 02/2023 – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO - E”, data e horário da sessão.
- 6.3 A inversão do conteúdo dos envelopes ou a apresentação de conteúdos distintos em um dos envelopes acarretará a eliminação da licitante.
- 6.4 Não será admitido o encaminhamento das propostas técnicas, proposta de preços e ou documentos de habilitação via *e-mail* ou outro meio que não previsto no item 6.1. Os envelopes poderão ser entregues mediante portador, **até as 10h do dia 17/10/2023** no endereço constante no item 1.5.

7. DA PROPOSTA TÉCNICA: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA (ENVELOPE “A”)

- 7.1 A licitante deverá apresentar Plano de comunicação publicitária com base no briefing descrito no **Anexo II**.
- 7.2 O plano de comunicação apresentado no envelope “A” deverá estar sem fechamento e sem rubrica, sendo vedado qualquer tipo de identificação, marca, sinal ou qualquer elemento que possibilite a identificação da licitante, assim sendo, não pode ser assinado, rubricado e/ou conter qualquer palavra que possibilite a identificação da licitante.
 - 7.2.1 Somente será aceito o plano de comunicação publicitária – via não identificada que estiver acondicionado no envelope padronizado fornecido pelo **Senac – Administração Nacional**.
- 7.3 Será obrigatório a seguinte formação:
 - 7.3.1 Fonte arial, tamanho 12, na cor preta, com alinhamento justificado, espaçamento entre as linhas de 1,5, em folhas soltas, impresso apenas em um lado, formato em papel A4, margens da página em configuração normal, com as medidas: superior 2,5cm / inferior 2,5cm / esquerda 3,0cm / direita 3,0cm e numeração centralizada na parte inferior.
 - 7.3.2 As páginas que contiverem gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto poderão ser impressas a orientação paisagem.
 - 7.3.3 Para o plano de comunicação publicitária via não identificada, os textos não poderão exceder a 20 (vinte) laudas com no máximo 30 (trinta) linhas em cada uma. Neste limite não serão contabilizadas as peças da ideia criativa.
- 7.4 A não apresentação da proposta técnica escrita ou sua apresentação em desacordo com o tem 7.3.1 ou de forma identificada implicara na desclassificação da licitante.
- 7.5 Sobre o plano de comunicação publicitária, a licitante devera versar sobre os quesitos previstos no item 13 deste Edital.

8. DA PROPOSTA TÉCNICA: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA (ENVELOPE “B”)

- 8.1 A licitante deverá apresentar cópia do plano de comunicação publicitária apresentado o envelope “A”, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa, mas com a identificação da licitante, observando as seguintes características:
- 8.1.1 Ter a identificação da licitante.
 - 8.1.2 Ser datada.
 - 8.1.3 Estar assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
- 8.2 O envelope “B” deverá estar fechado e rubricado no fecho com a identificação, tal como previsto no subitem 6.2.2.
- 8.3 A não apresentação da proposta técnica escrita e identificada, implicará na desclassificação da licitante.

9. DA PROPOSTA TÉCNICA: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÃO DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO (ENVELOPE “C”)

- 9.1 Os documentos que deverão ser apresentados no envelope “C” são:
- 9.1.1 Atestado de capacidade técnica.
 - 9.1.2 Repertório.
 - 9.1.3 Relato de soluções.
- 9.2 Os documentos deverão indicar o local e a data da peça, material e/ou campanha veiculada.
- 9.3 Não serão aceitos trabalhos que configurem apresentação de materiais especulativos (anúncios “fantasmas”) e condenados pela Legislação da Propaganda, nem mesmo a título de exemplo ou sugestão.
- 9.3.1 Não será aceito apresentação de relato referente a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas, cujas ações de comunicação não forem efetivamente executadas.

- 9.4 É vedada a aposição neste documento e em todos os documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que permita a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária não identificado.
- 9.5 Para a capacidade de atendimento, repertório e relatos, que juntos formam o caderno de textos e documentos não poderá exceder 100 (cem) laudas com, no máximo 30 (trinta) linhas cada uma.
- 9.6 A Comissão de Licitação poderá, a qualquer tempo, após o recebimento dos envelopes, caso julgue necessário, realizar diligência, inclusive visita *in loco* da sede e/ou filial(is) da licitante, para comprovar a veracidade das informações prestadas, o cumprimento das condições estabelecidas ou mesmo de idoneidade da licitante.
- 9.7 A não apresentação da proposta técnica escrita e/ou em desacordo com as exigências do Edital implicará na desclassificação da licitante.
- 9.8 Se todas as licitantes forem desclassificadas por deixarem de apresentar algum documento da proposta técnica, poderá a Comissão de Licitação, a seu critério, fixar novo prazo para apresentação da nova documentação.

10. PROPOSTA DE PREÇOS (ENVELOPE “D”)

- 10.1 A licitante deverá apresentar a Proposta de preço, conforme abaixo:
- 10.1.1 Em caderno único, em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.
- 10.1.2 Datada e assinada por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
- 10.1.3 As propostas de preços deverão conter as porcentagens para execução do serviço objeto do edital, incluindo, obrigatoriamente, todas as despesas, os impostos, encargos, taxas, mobilização, desmobilização, mão de obra direta, transportes e quaisquer outras despesas diretas e indiretas.
- 10.2 A Proposta de preços deverá ser elaborada conforme **Anexo I** deste Edital, e será constituída de:
- 10.2.1 Percentual de desconto.
- 10.2.2 Percentual de honorários.

- 10.3 A licitante deverá elaborar Declaração na qual:
- 10.3.1 Estabelece os percentuais máximos a serem pagos pelo **Senac – Administração Nacional** e pelo **Sesc – Administração Nacional**.
 - 10.3.1.1 Aos detentores de direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado.
 - 10.3.1.2 Aos detentores dos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, incorporadas a peças, em relação ao valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente ajustado.
 - 10.3.2 Comprometer-se-á a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo ao **Senac – Administração Nacional** e ao **Sesc – Administração Nacional** as vantagens obtidas.
 - 10.3.3 Informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas no **Anexo I**.
 - 10.3.4 Desconto a ser concedido ao **Senac – Administração Nacional** e ao **Sesc – Administração Nacional** em relação aos custos internos dos serviços executados pela licitante, com base na tabela referencial do Sindicatos das Agências de Propaganda do Rio de Janeiro (Sinapro/RJ), vigente no momento da contratação.
 - 10.3.5 Honorários a serem cobrados do **Senac – Administração Nacional** e do **Sesc – Administração Nacional**, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do serviço.
- 10.4 O percentual total apresentado será pela somatória linear sobre os valores elencados na tabela do **Anexo I**.
- 10.5 O percentual de desconto e de honorários devem ser apresentados em valores numéricos com 2 (duas) casas decimais e por extenso.
- 10.5.1 Na hipótese de discordância entre as porcentagens apresentadas, a cotação indicada por extenso prevalecerá sobre a numérica.

- 10.6 O valor global estimado para gasto com os serviços objeto desta Concorrência será de R\$ 12.000.000,00 (doze milhões de reais), sendo distribuído da seguinte maneira R\$ 6.000.000,00 (seis milhões) para o **Senac – Administração Nacional** e R\$ 6.000.000,00 (seis milhões) para o **Sesc – Administração Nacional**.
- 10.6.1 É vedada a licitante caucionar ou utilizar o contrato para qualquer operação financeira, sem prévia autorização do **Senac – Administração Nacional** e do **Sesc – Administração Nacional**.
- 10.7 Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.
- 10.8 Os quesitos a serem valorados são os integrantes da planilha que constitui o **Anexo I** ressalvado que não será aceito:
- 10.8.1 Desconto inferior a 30% (trinta por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Rio de Janeiro (Sinapro/RJ), vigente na data da solicitação a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante.
- 10.8.1.1 Desconto superior a 90% (noventa por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Rio de Janeiro (Sinapro/RJ), vigente na data da solicitação a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante.
- 10.8.2 Percentual de honorários superior a 5% (cinco por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do serviço.
- 10.8.3 Percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.
- 10.9 A validade da proposta não poderá ser inferior a 60 (sessenta) dias a contar da data de abertura da sessão, cujos percentuais deverão ser fixos e irrevogáveis. Não sendo indicado o prazo de validade, fica subentendido como de 60 (sessenta) dias.

- 10.9.1 Caso haja o vencimento da validade da proposta sem que a licitação tenha sido homologada e adjudicada, esta ficará automaticamente prorrogada, exceto se houver manifestação formal contrária da licitante, pelo *e-mail* licitacao@senac.br, dirigida à Comissão de Licitação, caracterizando o seu declínio em continuar na licitação.
- 10.10 Em nenhuma hipótese será concedido prazo adicional para apresentação da proposta de preços. A Comissão de Licitação tem o direito de exigir, a qualquer época ou oportunidade, documentos ou informações complementares que julgar necessários ao entendimento e comprovação dos documentos apresentados.
- 10.11 Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismo e o expresso por extenso, a Comissão de Licitação considerará o percentual por extenso.
- 10.12 A não apresentação da proposta de preços escrita implicará em desclassificação da licitante.

11. DA DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO (ENVELOPE “E”)

11.1 Habilitação Jurídica:

- 11.1.1 Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, acompanhado da última alteração contratual; ou
- 11.1.2 Última alteração contratual consolidada; ou
- 11.1.3 Inscrição do ato constitutivo em Cartório de Registro de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades simples não empresariais, acompanhada da prova da diretoria em exercício; ou
- 11.1.4 Registro comercial, em caso de empresa individual, Certificado da Condição de Microempreendedor Individual (CCMEI).
- 11.1.5 Ato de nomeação ou de eleição dos administradores, na hipótese de terem sido nomeados ou eleitos em separados.
- 11.1.6 Documento comprobatório do representante legal da licitante, por meio da apresentação de cópia da carteira de identificação oficial.
- 11.1.7 Estando a licitante em processo de recuperação judicial ou extrajudicial, certidão emitida pela instância judicial ou extrajudicial competente, ou documento similar, que certifique que a licitante está apta econômica e financeiramente a participar de procedimento licitatório.

11.1.8 Caso a licitante se faça representar por procurador credenciado, além dos documentos comprobatórios do representante legal, citados no item anterior, deve apresentar, ainda, carta de credenciamento, conforme modelo do **Anexo V**, ou procuração conforme descrito no subitem 4.1.2.

11.1.9 A licitante deverá encaminhar os documentos referentes aos subitens 11.1.1 a 11.1.5 devidamente registrados nos órgãos competentes.

11.2 Qualificação Técnica:

11.2.1 Declaração(ões), no mínimo 1 (uma), fornecida por cliente, pessoa jurídica de direito público ou privado, em papel timbrado do cliente, atestando que a Licitante já prestou ou presta serviço compatível com o objeto descrito no **Anexo I**.

11.2.2 Declaração(ões), no mínimo 1 (uma), fornecida por veículo de comunicação (mídia impressa, mídia eletrônica ou mídia digital), em papel timbrado do veículo de comunicação (mídia impressa, mídia eletrônica ou mídia digital), atestando que a licitante possui relacionamento profissional no exercício do trabalho objeto deste Edital.

11.2.3 Certificado de qualificação técnica concedido pelo Conselho Executivo de Normas Padrão (CENP), atestando que a licitante de estrutura profissional técnica e conjunto mínimo de informações e dados de mídia.

11.2.4 Declaração de aceitação do edital, em papel timbrado da licitante, declarando ter tomado conhecimento e examinado, cuidadosamente, os documentos desta Licitação e de ter integralmente compreendido e aceito as condições estabelecidas para a contratação do objeto desta Licitação, conforme modelo **Anexo IV**.

11.3 Qualificação Econômico-financeira:

11.3.1 Certidão negativa de falência expedida pelo distribuidor da sede da licitante.

11.4 Regularidade Fiscal:

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

11.4.2 Prova de inscrição no cadastro de contribuinte estadual ou municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual.

- 11.4.3 Prova de regularidade para com a Fazenda Nacional, composta da Certidão Conjunta expedida pela Secretaria da Receita Federal do Brasil e pela Procuradoria Geral da Fazenda Nacional referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União.
- 11.4.4 Prova de regularidade para com a Fazenda Municipal, do domicílio ou sede da licitante, na forma da lei, composta da Certidão de Débitos Relativos aos Tributos Municipais ou outro meio equivalente.
- 11.4.5 Prova de regularidade relativa ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), composto da Certidão de Regularidade Fiscal (CRF) ou outro meio equivalente, no cumprimento dos encargos instituídos por lei.
- 11.5 Os documentos relacionados nos itens 11.1, 11.3 e 11.4 deverão ser apresentados em fotocópias legíveis, estar devidamente atualizados e dentro dos respectivos prazos de validade, não sendo aceitos quaisquer tipos de protocolos ou guias de pagamento. Quando qualquer um dos documentos relacionados nos itens 11.1, 11.3 e 11.4 não mencionar a data de validade, considerar-se-ão com data de emissão não superior a 90 (noventa) dias anteriores à data para recebimento e abertura dos envelopes de que trata esta Licitação, salvo os documentos utilizados como comprovação de inscrição cuja autenticidade possa ser verificada por meio de consulta em sítios eletrônicos. A critério da Comissão de Licitação, poderá ser solicitado a apresentação dos documentos originais.
 - 11.5.1 A não apresentação dos documentos de habilitação originais exigidos, dentro do prazo a ser exigido pela Comissão de Licitação ocasionará na desclassificação da licitante.
- 11.6 Sob pena de inabilitação, os documentos relacionados nos itens 11.1 a 11.4 deverão ser emitidos em nome da licitante e o CNPJ apresentado nos documentos de habilitação deverá corresponder ao CNPJ da proposta de preços (bem como a nota fiscal emitida pela Contratada). Se a licitante declarada vencedora for a matriz, todos os documentos acima descritos deverão ser emitidos em nome desta. Em caso de filial, todos os documentos deverão estar em nome da filial, exceto aqueles documentos que, pela própria natureza, comprovadamente, forem emitidos somente em nome da matriz.
- 11.7 Os documentos para habilitação deverão ser apresentados na mesma sequência conforme foram solicitados, objetivando facilitar o trabalho de conferência da Comissão de Licitação.

- 11.8 A Comissão poderá, no ato da Sessão Pública, conferir a regularidade dos documentos que possuem certificação ou possam ter sua autenticidade verificada via internet ou suspender a Sessão para verificar os documentos por meio de realização de diligências.
- 11.9 A Comissão de Licitação poderá analisar os documentos de habilitação posteriormente e o resultado será comunicado, por escrito, às licitantes participantes.
- 11.10 A Comissão de Licitação poderá, a qualquer tempo, caso julgue necessário, realizar diligência, inclusive visita *in loco* da sede e/ou filial(is) da licitante, para comprovar a veracidade das informações prestadas, o cumprimento das condições estabelecidas ou mesmo de idoneidade da licitante.
- 11.10.1 Caso seja necessário, a Comissão de Licitação poderá comunicar a suspensão do processo licitatório até o término da realização da respectiva diligência e, posteriormente, o resultado, por escrito, às licitantes participantes.
- 11.11 Se a licitante deixar de apresentar qualquer documento necessário à habilitação ou apresentar algum documento vencido, a Comissão de Licitação inabilitará a licitante por descumprimento da exigência contida no item 11 deste Edital.
- 11.12 Se todas as licitantes deixarem de apresentar um ou alguns dos documentos de habilitação ou apresentarem algum documento vencido, poderá a Comissão de Licitação, a seu critério, fixar novo prazo para apresentação da nova documentação.

12. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

- 12.1 Serão realizadas 4 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital, sendo lavradas atas, as quais serão assinadas pelos membros da Comissão de Licitação e representantes das licitantes presentes. Os envelopes distintos, contendo as Propostas Técnicas, Proposta de Preços e a Documentação de Habilitação que serão recebidos pela Comissão de Licitação até às 10h do dia 17/10/2023, no **Senac – Administração Nacional**, situado à Av. Ayrton Senna, 5.555, bloco B, sala 102, Jacarepaguá – RJ – CEP 22775-004.
- 12.2 Primeira sessão terá como pauta:
- 12.2.1 Identificar os representantes das licitantes presentes, por meio do credenciamento conforme **Anexo V** e recebimento dos envelopes “PROPOSTAS TÉCNICAS”, “PROPOSTA DE PREÇOS” e “DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO”.

12.2.1.1 Os integrantes da Comissão de Avaliação Técnica não poderão participar da sessão de recebimento dos envelopes.

12.2.2 Sortear os membros da Comissão de Avaliação Técnica.

12.2.3 Abrir o envelope “A” “PROPOSTA TÉCNICA: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA NÃO IDENTIFICADA”.

12.2.3.1 O envelope “A” não será recebido pela Comissão de Licitação se:

- a) Estiver identificado.
- b) Apresentar assinatura, rubrica, marca ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do envelope “B”.
- c) Estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do envelope “B”.

12.2.3.2 A Comissão de Licitação e as licitantes presentes não lançarão nenhum código, sinal, rubrica ou marca nos envelopes “A”.

12.2.4 Abrir o envelope “C” “PROPOSTA TÉCNICA: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÃO DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO” e rubricar seu conteúdo.

12.2.5 A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica.

12.2.5.1 Rubricar, no fecho, sem abri-los, os envelopes “B”, “D” e “E”, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão de Licitação, e separá-los dos envelopes “A” e “C”.

12.2.5.2 Colocar à disposição dos representantes das licitantes presentes, os documentos dos envelopes “A” para análise, sendo vedada a inserção de código, sinal, rubrica ou marca.

12.2.5.3 Após análise dos documentos dos envelopes “A” pelos representantes das licitantes presentes, a Comissão de Licitação utilizará um carimbo padronizado para cancelar os documentos e procederá o fechamento dos envelopes na presença das licitantes presentes. A chancela será dada no canto direito inferior de cada lauda do documento.

12.2.5.4 À critério da Comissão de Licitação ou em caso de impossibilidade, poderá ser dispensada a chancela descrita no item 12.2.5.3

12.2.5.5 Colocar à disposição das representantes das licitantes presentes, os documentos dos envelopes “C”, para análise e rubrica em todas as laudas.

12.2.5.6 Encerrar a sessão após elaboração, leitura e assinatura da ata por todos os presentes.

12.3 Após encerramento da sessão, a Comissão de Licitação encaminhará à Comissão de Avaliação Técnica os envelopes “A” e “C” para análise e julgamento conforme abaixo:

12.3.1 Encaminhamento, pela Comissão de Licitação à Comissão de Avaliação Técnica, os envelopes “A”, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária.

12.3.2 Análise individualizada e julgamento pela Comissão de Avaliação Técnica das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital.

12.3.3 Elaboração e encaminhamento, pela Comissão de Avaliação Técnica à Comissão de Licitação, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativas escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

12.3.4 Após o recebimento da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, a Comissão de Licitação encaminhará à Comissão de Avaliação Técnica, os envelopes “C” - Capacidade de atendimento, Repertório e relatos de solução de problemas de comunicação.

12.3.5 Análise individualizada e julgamento pela Comissão de Avaliação Técnica, da Capacidade de atendimento, Repertório e relatos de solução de problemas de comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital.

12.3.6 Elaboração e encaminhamento, pela Comissão de Avaliação Técnica à Comissão de Licitação, da ata de julgamento das propostas referente à Capacidade de atendimento, Repertório e relatos de solução de problemas de comunicação, de planilha com as pontuações e justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

12.3.7 Após recebimento das atas de julgamento, a Comissão de Licitação convocará as licitantes para a segunda sessão.

12.4 Segunda sessão terá como pauta:

12.4.1 Identificar os representantes das licitantes presente, por meio do credenciamento, conforme **Anexo V**.

12.4.2 Abrir o envelope “B” “PROPOSTA TÉCNICA: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA IDENTIFICADA”.

12.4.3 Comparar o conteúdo do envelope “A” com o conteúdo do envelope “B”, para identificação de sua autoria.

12.4.4 Elaborar planilha demonstrativa com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada proposta técnica (Envelopes A”, “B” e “C”).

12.4.5 Divulgar o resultado geral das propostas técnicas, bem como informar o prazo de recurso, tal como previsto no item 17.1.

12.4.6 Desclassificar as licitantes que obtiveram pontuação inferior à metade dos pontos atribuídos nos subquesitos da proposta técnica, conforme descrito no item 13.6.

12.4.7 Encerrar a sessão após elaboração, leitura e assinatura da ata por todos os presentes.

12.5 Terceira sessão terá como pauta:

12.5.1 Identificar os representantes das licitantes presentes, por meio do credenciamento conforme **Anexo V**.

12.5.2 Devolver os envelopes “PROPOSTA DE PREÇOS” e “DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO” lacrados às licitantes desclassificadas por insuficiência técnica.

12.5.3 Abrir o envelope “D” “PROPOSTA DE PREÇOS”.

12.5.3.1 Colocar à disposição dos representantes das licitantes presentes, os documentos do envelope “D”, para análise e rubrica.

12.5.4 Divulgar a valoração da proposta de preços, bem como informar o prazo de recurso, tal como previsto no item 17.1.

- 12.5.5 Divulgar a classificação final das licitantes.
 - 12.5.6 Encerrar a sessão após elaboração, leitura e assinatura da ata por todos os presentes.
 - 12.5.7 Caso não seja possível o cumprimento previsto no item 12.5.4 e 12.5.5, a divulgação da valoração será efetuada por meio eletrônico enviada às licitantes e publicada na página eletrônica <https://transparencia.senac.br/#/dn/licitacoes>.
- 12.6 Quarta sessão terá como pauta:
- 12.6.1 Identificar os representantes das licitantes presente, por meio do credenciamento conforme **Anexo V**.
 - 12.6.2 Devolver o envelope “E” “DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO” lacrados às licitantes desclassificadas na fase anterior.
 - 12.6.3 Abrir os envelopes “E” “DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO” cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Licitação e pelos representantes dos licitantes presentes.
 - 12.6.4 A Comissão de Licitação poderá, no ato da Sessão Pública, conferir a regularidade dos documentos que possuem certificação ou possam ter sua autenticidade verificada via internet ou suspender a Sessão Pública para verificar os documentos por meio de realização de diligências.
 - 12.6.5 Divulgar o resultado do exame da documentação de habilitação, bem como informar o prazo de recurso, tal como previsto no item 17.1.
 - 12.6.6 Encerrar a sessão após elaboração, leitura e assinatura da ata por todos os presentes.
 - 12.6.7 Caso não seja possível o cumprimento previsto no item 12.6.5, a divulgação do resultado do exame dos documentos de habilitação será efetuada por meio eletrônico enviada às licitantes e publicada na página eletrônica <https://transparencia.senac.br/#/dn/licitacoes>.
- 12.7 Deficiência no atendimento dos requisitos deste instrumento convocatório e de seus **Anexos** são de inteira responsabilidade e risco da licitante, podendo implicar em sua inabilitação e/ou desclassificação.

12.8 Declaração da licitante vencedora:

12.8.1 Realizada a análise nas propostas técnicas, proposta de preços e documentos de habilitação, a Comissão de Licitação indicará a licitante vencedora, consignando esta decisão e os eventos ocorridos em ata própria, e encaminhará o processo à autoridade competente para homologação e adjudicação.

12.9 O resultado final desta licitação será divulgado na página eletrônica <https://transparencia.senac.br/#/dn/licitacoes> e serão enviadas por *e-mail* às licitantes.

12.10 A partir da comunicação do resultado de inabilitação e/ou desclassificação das licitantes, os envelopes “propostas técnicas, proposta de preços e os documentos de habilitação” ficarão à disposição das mesmas para retirada, pelo prazo de 30 (trinta) dias corridos. Após este prazo, os envelopes serão descartados pela Comissão de Licitação.

12.11 O não comparecimento do representante da licitante às reuniões de abertura de envelopes não invalida a sua participação, porém resulta em anuência tácita com as decisões tomadas pela Comissão de Licitação e registradas em ata.

12.12 Será facultado à Comissão de Licitação inverter o procedimento, abrindo primeiramente os documentos de habilitação, habilitando as licitantes, e só então abrir os envelopes das propostas técnica e/ou de preços das licitantes habilitadas.

12.13 A Comissão de Licitação poderá, a qualquer tempo, caso julgue necessário, realizar diligência, inclusive visita *in loco* na sede e/ou filial(is) da licitante, para comprovar a veracidade das informações prestadas, o cumprimento das condições estabelecidas ou mesmo a idoneidade da licitante.

12.13.1 Caso seja necessário, a Comissão de Licitação poderá comunicar a suspensão do processo licitatório até o término da realização da respectiva diligência e, posteriormente, o resultado, por escrito, às licitantes participantes.

13. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS (ENVELOPES “A” E “C”)

13.1 As análises e valorações das propostas técnicas, realizadas pela Comissão de Avaliação Técnica, considerarão os seguintes quesitos, notas e critérios, conforme abaixo e descrições dos serviços contidos no **Anexo I** e no **Anexo II**.

13.1.1 Quesito 1 – Plano de comunicação do *briefing* (envelope A) 0 a 75 pontos.

13.1.1.1 Subquesito 1 - Raciocínio Básico – 0 a 15 pontos:

- a) Sob a forma de texto, a licitante deverá apresentar um diagnóstico das necessidades de comunicação social publicitária do **Senac – Administração Nacional** e do **Sesc – Administração Nacional**, evidenciando a compreensão sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados.
- b) Serão julgados:
 - I O conhecimento das características gerais e dos serviços prestados pelo **Senac – Administração Nacional** e pelo **Sesc – Administração Nacional**.
 - II Compreensão da linha de atuação específica.
 - III Compreensão das necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação.
- c) Critérios para análise do julgamento:
 - I Compreensão do problema apresentado no *briefing*;
 - II Clareza na exposição da proposta para apresentar o problema;
 - III Comunicação simples e direta;
 - IV Estratégias que maximizam as qualidades do **Senac – Administração Nacional** e do **Sesc – Administração Nacional**.

d) A pontuação máxima de cada critério acima será de 3,75 pontos

Conceito	Faixa de Pontuação
Atende	Acima de 11,25 pontos
Atende parcialmente	Entre 7,5 e 11,25 pontos
Não atende	Abaixo de 7,5 pontos

13.1.1.2 Subquesto 2 - Estratégia de comunicação publicitária – 0 a 22,5 pontos:

a) Sob a forma de texto, a licitante deverá indicar e defender a estratégia publicitária escolhida para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelas instituições, compreendendo.

- I Explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária.
- II Explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e quais meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas propõe utilizar.

b) Serão julgados:

- I A compreensão do tema hipotético.
- II O desenvolvimento do raciocínio que conduziu ao conceito e a formulação do tema da comunicação adotada.
- III A estratégia de comunicação que não obedecer ao posicionamento adotado pelo **Senac – Administração Nacional** e pelo **Sesc – Administração Nacional** não será pontuada neste item.

c) Critérios para análise do julgamento:

- I Assertividade e convergência das estratégias de comunicação apresentadas;
- II Diversidade das estratégias de comunicação contemplando diferentes plataformas, veículos, peças, formatos e linguagens;
- III Clareza e coesão na explanação da proposta de estratégia de comunicação;
- IV Aderência das estratégias apresentadas aos públicos identificados pela licitante;
- V Caráter inovador das estratégias de comunicação apresentada.

d) A pontuação máxima de cada critério acima será de 4,5 pontos

Conceito	Faixa de Pontuação
Atende	Acima de 18,0 pontos
Atende parcialmente	Entre 11,25 e 18,0 pontos
Não atende	Abaixo de 11,25 pontos

13.1.1.3 Subquestão 3 - Ideia criativa – 0 a 22,5 pontos:

- a) A licitante deverá apresentar, exclusivamente sob a forma de peças publicitárias, a sua resposta criativa aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação social publicitária.
 - I As peças de Ideia criativa a serem apresentadas serão limitadas a 8 (oito).

- II As impressões das peças apresentadas no item Ideia Criativa deverão ser afixadas sobre o papel cartão na cor branca (gramatura padrão, entre 180 a 500 g/m²). O tamanho das impressões e das pranchas em papel cartão na cor branca poderá ser escolhido pelas agências, desde que caibam no envelope padrão no formato 63x90cm (Largura x Comprimento) em papel kraft, gramatura 140, sem danificar o invólucro nem as peças.
 - III A licitante que apresentar arquivos em pen drive de peças digitais, de rádio e TV deverá utilizar, respectivamente, a extensão “.mp3” e “.wmv”. Fica a critério da licitante a nomeação dos arquivos, desde que não haja qualquer símbolo, sinal ou outro mecanismo que remeta a identificação da mesma, devendo apresentar uma lista simples com o nome e/ou mídia sugerida das peças apresentadas.
- b) Serão julgados:
- I A estratégia de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha.
 - II A capacidade de síntese da estratégia de comunicação.
 - III A cobertura do público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida.
 - IV A originalidade na combinação de seus elementos constitutivos, revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que apresentarem.
 - V A ideia criativa que não obedecer ao posicionamento adotado pelo **Senac – Administração Nacional** e pelo **Sesc – Administração Nacional** não será pontuada nesse item.
- c) Critérios para análise do julgamento:
- I Caráter inovador da ideia criativa;

- II Adequação e alinhamento da ideia criativa ao tema exposto no *briefing*, a missão e aos valores institucionais do **Senac – Administração Nacional** e do **Sesc – Administração Nacional**;
 - III Aplicação e desdobramento dos conceitos criativos nas peças apresentadas;
 - IV Acabamento e finalização estética das peças e correção textual às normas gramaticais vigentes.
- d) A pontuação máxima de cada critério acima será de 5,625 pontos

Conceito	Faixa de Pontuação
Atende	Acima de 16,875 pontos
Atende parcialmente	Entre 11,25 e 16,875 pontos
Não atende	Abaixo de 11,25 pontos

13.1.1.4 Subquesito 4 - Estratégia de mídia – 0 a 15 pontos:

- a) Sob a forma de texto, tabelas, gráficos e/ou planilhas, o proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas de mídia recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação social publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível indicada no instrumento convocatório. A licitante apresentará também simulação de plano de distribuição, no qual identificará todas as peças e/ou materiais destinados à veiculação, exposição ou distribuição. Todas as peças e/ou materiais que integrarem a relação prevista na Ideia Criativa deverão constar dessa simulação, contendo um resumo geral com informações no mínimo sobre:
- I O período de distribuição das peças e/ou material.
 - II As quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação.
 - III Os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios.

- IV Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação.
 - V As quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou material de não mídia.
 - VI Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e/ou material de não mídia.
 - VII Os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e/ou material de não mídia.
 - VIII Os valores (absolutos e percentuais) relativos ao alcance e engajamento da ação.
- b) Sobre o plano de mídia:
- I Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação.
 - II Deve ser desconsiderado o repasse de desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.
 - III Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.
 - IV A licitante deverá apresentar como anexos do Plano de Comunicação Publicitária, os quais não serão contabilizados no total de páginas da proposta:
 - Quadro resumo da distribuição da verba disponível na rubrica de veiculação, com identificação das peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de veiculação, observando-se o padrão de formatação previsto no item 7.3.1 do presente Edital.
 - Planilhas com simulação de Pedido de Inserção que corporifiquem a estratégia de mídia apresentada.

- V Quando da elaboração da simulação do Plano de Mídia, bem como em qualquer outro custo apresentado na proposta técnica, as licitantes deverão utilizar os valores cheios, sem desconto das tabelas adequadas ao serviço em questão, sem considerar os percentuais que serão ofertados nas respectivas propostas de preço.

c) Serão julgados:

- I O conhecimento dos hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação; capacidade analítica.
- II O estudo de distribuição de verba.
- III A coerência e pertinência na escolha das mídias (*on-line e off-line*) e não mídia (ações em mídias específicas, diferenciadas das mídias de massa).
- IV A economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária.

d) Critérios para análise do julgamento:

- I Adequação das plataformas, canais e veículos sugeridos ao público-alvo.
- II Distribuição dos valores em cada mídia visando abrangência, audiência e alcance.
- III Eficácia das ferramentas e indicadores utilizados na medição de resultados.

e) A pontuação máxima de cada critério acima será de 5 pontos

Conceito	Faixa de Pontuação
Atende	Acima de 10 pontos
Atende parcialmente	Entre 7,5 e 10 pontos
Não atende	Abaixo de 7,5 pontos

13.1.2 Quesito 2 – Capacidade de atendimento, repertório e relatos de solução de problemas de comunicação (envelope C) 0 a 25 pontos.

13.1.2.1 Subquesito 5 – Atestado de capacidade técnica – 0 a 5 pontos:

a) A licitante deverá apresentar na forma de atestados a relação, a saber:

- I Item 1 - Atestado de capacidade técnica comprovando que a licitante realizou serviço objeto da licitação nas áreas de atuação a seguir: educação, cultura e/ou esporte.
- II item 2 - Atestado de capacidade técnica fornecido por veículo de comunicação (mídia impressa, mídia eletrônica ou mídia digital), atestando que a licitante possui relacionamento profissional do trabalho objeto deste Edital. O atestado deve ser apresentado em fotocópia legível, que comprove ter a licitante prestado serviço, a contento, à(s) pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado. O documento deverá ser elaborado em papel timbrado da empresa privada ou órgão público e conter o nome legível, endereço e telefone do emitente para que, a critério da Comissão de Avaliação Técnica, seja consultado no sentido de, em diligência, averiguar as informações contidas no documento.

b) Serão julgados:

- I A quantidade de atestados de capacidade técnica de cada item

c) Critérios para análise do julgamento:

- I Quantidades de atestados atendidos por item.

d) A pontuação máxima do subquesto será de 5 pontos

Conceito	Pontuação (por item)
Apresentar 3 (três) ou mais atestados para cada item da relação	2,5 pontos
Apresentar 2 (dois) atestados para cada item da relação	1,875 pontos
Apresentar 1 (um) atestado para cada item da relação	1,25 pontos
Deixar de apresentar algum atestado de capacidade técnica para cada item da relação	0 ponto

e) Subquesto 5 – Atestado de capacidade técnica trata-se-à de item classificatório, não se aplicando a regra de desclassificação prevista no item 13.6 do presente Edital.

13.1.2.2 Subquesto 6 – Repertório – 0 a 10 pontos:

a) Na forma de peças publicitárias, limitadas a 15 (quinze), o repertório deverá apresentar o desempenho do proponente na prestação de serviços publicitários, sendo, pelo menos: 1 (um) filme de TV, 1 (um) *spot* de rádio (podendo ser *jingle*), 1 (um) anúncio de jornal ou revista, 1 (uma) ação de *marketing* viral, 1 (uma) ação de *branded content*, 1 (uma) peça de mídia exterior (*outdoor*, mobiliário urbano, *busdoor* e outros), 1(uma) ação de *marketing* de experiência, 1 (uma) ação com influenciador digital, 1 (um) *post* em rede social (imagem e texto).

- I Cada peça deve acompanhar documento assinado pelo anunciante responsável (cliente), indicando onde e quando a peça foi veiculada e atestando a execução do trabalho da agência.
- II As peças eletrônicas/digitais deverão ser fornecidas em pen drive ou *HD* externo.
- III As peças e/ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pelo **Senac – Administração Nacional** e pelo **Sesc – Administração Nacional**.

IV Não serão aceitos trabalhos que configurem apresentação de materiais especulativos (anúncios “fantasmas”), condenados pela Legislação da Propaganda, nem mesmo a título de exemplo ou sugestão.

b) Serão julgados:

- I Raciocínio básico que evidencie a compreensão dos problemas identificados no briefing das campanhas apresentadas;
- II Eficiência e pertinência das estratégias de comunicação sugeridas nas campanhas;
- III Originalidade, criatividade e inovação das ideias criativas;
- IV Estratégias de mídia adequadas.

c) Crerios para análise do julgamento:

- I Número de itens atendidos;
- II Caso seja apresentado mais de um relato, para efeito de cálculo dos pontos, cada relato será analisado como único e a pontuação final será pela média aritmética.

d) A pontuação máxima do subquesto será de 10 pontos

Crerios	Pontuação
4 (quatro) itens	10 pontos
3 (três) itens	7,5 pontos
2 (dois) itens	5 pontos
1 (um) item	2,5 pontos
0 (zero) item	0 ponto

13.1.2.3 Subquesto 7 – Relato de soluções – 0 a 10 pontos:

a) Sob a forma de texto, e de peças, a licitante deverá apresentar relatos de soluções de problema de comunicação.

- I É permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças, materiais e/ou campanhas, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato, podendo ser apresentado até 3 (três) relatos de sucesso da agência em planejamento publicitário, onde se compreenda o problema enfrentado, as soluções encontradas, a efetiva ação implementada e os resultados alcançados, demonstrando ainda conhecimento sobre o mercado atendido.
- II Os relatos deverão ser apresentados em até 2 (duas) páginas de texto, cada.
- III Os relatos deverão estar formalmente referendados pelo respectivo cliente, sendo que este deverá rubricar a primeira e assinar a última página, evidenciando, ao final do documento: o nome empresarial, o nome do signatário e seu cargo ou função.
- IV É vedada a apresentação de relato referente a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas.

b) Serão julgados:

- I A evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;
- II A demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos da comunicação;
- III A complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos; e
- IV O encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.

c) Critérios para análise do julgamento:

- I Número de itens atendidos.
- II Caso seja apresentado mais de um relato, para efeito de cálculo dos pontos, cada relato será analisado como único e a pontuação final será pela média aritmética.

d) A pontuação máxima do subquesto será de 10 pontos

Critérios	Pontuação
4 (quatro) itens	10 pontos
3 (três) itens	7,5 pontos
2 (dois) itens	5 pontos
1 (um) item	2,5 pontos
0 (zero) item	0 ponto

e) É permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato.

f) Se incluídas:

- I As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em pen drive ou *HD* externo.
- II As peças gráficas devem ser em papel A4 ou A3 dobrado. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais.
- III Para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

13.2 As comprovações solicitadas nos subitens 13.1.1 e 13.1.2 devem ser similares ao serviço descrito no **Anexo II** e no **Anexo III** deste Edital. Será(ão) desconsiderada(s) a(s) comprovação(ões) diferente(s) da(s) requerida(s).

13.3 As análises e valorações das Proposta Técnica serão realizadas individualmente pelos membros da Comissão de Avaliação Técnica. A Nota Final do quesito corresponderá a média das notas individuais.

13.3.1 A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Comissão de Avaliação Técnica, considerando-se 1 (uma) casa decimal.

13.3.2 A Comissão de Avaliação Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, em conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

13.3.2.1 Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Comissão de Avaliação Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Comissão de Avaliação Técnica e passará a compor o processo desta licitação.

13.4 A pontuação final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos, a saber, Plano de comunicação do *briefing* (envelope “A”) e Capacidade de atendimento, repertório e relatos de solução de problemas de comunicação (envelope “C”).

13.5 A Comissão de Avaliação Técnica poderá realizar diligência a fim de averiguar as informações contidas nos documentos comprobatórios apresentados para fins de pontuação.

13.6 A nota técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será obtida com base nos critérios acima descritos, sendo que, a licitante que obtiver nota inferior à metade dos pontos atribuídos, dos quesitos ou subquesitos será desclassificada por insuficiência técnica, exceto o Subquesito 5 – Atestado de capacidade técnica (item 13.1.2.1) que será meramente de pontuação, ficando a Comissão de Avaliação Técnica isenta de prosseguir com a avaliação dos demais itens.

14. DO JULGAMENTO DA PROPOSTAS DE PREÇOS (ENVELOPES “D”)

14.1 Para o julgamento das propostas de preços, a Comissão de Licitação utilizará a seguinte fórmula:

Desconto/Honorário	Ponto (P)
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos no item 10.7.1	$P1 = 0,5 \times \text{Desconto}$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos no item 10.7.2	$P2 = 2,0 \times (5,0 - \text{Honorários})$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos no item 10.7.3	$P3 = 4,0 \times (10,0 - \text{Honorários})$

- 14.1.1 Para efeito de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos “desconto” e “honorários” serão substituídos nas fórmulas da coluna “Pontos” pelas respectivas percentagens constantes de sua planilha de preços sujeitos a valoração, sem o símbolo “%”.
- 14.1.2 O percentual de desconto e de honorários devem ser apresentados em valores numéricos, com 2 (duas) casas decimais e por extenso.
- 14.2 A nota de cada proposta de preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no item 14.1. como segue: **$P = P1 + P2 + P3$** .
- 14.3 A proposta de preços que obtiver a maior nota será considerada como a de menor preço.
- 14.4 Se houver empate, será considerado como maior pontuação a proposta de preços que apresentar, sucessivamente:
- 14.4.1 O maior percentual de desconto sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante conforme o item 10.7.1.
- 14.4.2 O menor percentual de honorários referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, conforme o item 10.7.3.
- 14.4.3 O menor percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato, conforme o item 10.7.2.

- 14.5 Após obtenção das pontuações, para valoração de preços, será atribuída nota 100 (cem) a maior pontuação, e as demais serão calculadas utilizando-se a seguinte fórmula: $NP = 100 (SP - MP) : (SP - P)$, a saber:

NP = nota de preço
SP = somatório dos pontos
P = pontuação da proposta cuja nota se deseja atribuir
MP = maior pontuação

- 14.5.1 Para efeito de atribuição de NP, somente serão consideradas duas casas decimais.

15. DO JULGAMENTO FINAL

- 15.1 O critério de julgamento das propostas das licitantes habilitadas desta Licitação é o de técnica e preço, de acordo com os seguintes pesos: **Técnica = peso 6 e Preço = peso 4.**

- 15.2 A classificação da licitante será feita de acordo com a média ponderada das valorações das propostas técnicas e de preços, de acordo com os pesos estabelecidos no item anterior.

- 15.3 A atribuição da nota final será feita de acordo com o somatório da pontuação da proposta técnica multiplicada pelo peso 6 (seis), que será somado a pontuação da proposta de preços multiplicada pelo peso 4 (quatro), como segue: $NF = NT \times 0,6 + NP \times 0,4$, a saber:

NF = Nota Final
NT = Nota Técnica (item 13.6 do Edital)
NP = Nota de Preço (item 14.5 do Edital)

- 15.3.1 Para efeito de atribuição da nota final, somente serão consideradas duas casas decimais.

- 15.4 Havendo empate na pontuação final obtida pelas licitantes, adotar-se-á Proposta Técnica como critério de desempate, prevalecendo a de maior pontuação. Mantendo-se o empate, será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente nos sub quesitos correspondente aos itens 13.1.1.2, 13.1.1.3, 13.1.1.4 e 13.1.1.1.

15.4.1 Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio entre as propostas idênticas em condições para a execução do serviço. Neste caso, será enviado comunicado informando data, horário e local onde será realizado o sorteio na presença das licitantes empatadas.

15.5 O **Senac – Administração Nacional** declarará vencedora a licitante que obtiver a maior nota final (Técnica e Preço).

16. DA FORMALIZAÇÃO DO CONTRATO

16.1 Homologado o resultado da licitação pela autoridade competente, o **Senac – Administração Nacional** comunicará a licitante vencedora para formalizar o Contrato no prazo de até 10 (dez) dias úteis a contar do recebimento do comunicado.

16.1.1 As condições, prazos, obrigações e demais disposições contratuais para a correta execução do objeto desta licitação estão estabelecidas no **Anexo VI** – Minuta de Contrato deste Edital da Concorrência nº 02/2023.

17. DO RECURSO

17.1 Da decisão relativa aos resultados da fase de habilitação e julgamento das propostas técnicas e de preços, caberão recursos fundamentados, os quais deverão ser encaminhados, para o *e-mail*: licitacao@senac.br, ou por meio de correspondência a ser enviada para o **Senac – Administração Nacional**, de acordo com o endereço constante do item 1.5, em nome da Comissão de Licitação, no prazo de 5 (cinco) dias úteis a contar da data da comunicação dos resultados de habilitação/inabilitação ou classificação/desclassificação.

17.1.1 Interposto o recurso, as demais licitantes serão comunicadas para, querendo, apresentar contrarrazões, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados da citada comunicação, sendo-lhes assegurada vista imediata dos elementos indispensáveis à defesa dos seus interesses.

17.1.2 Não serão aceitos, para análise, os recursos que chegarem fora do prazo previsto acima.

17.1.3 A falta da manifestação motivada da(s) licitante(s) quanto à intenção de recorrer ou apresentar contrarrazões, nos termos acima, importará na decadência desse direito.

17.2 A licitante que puder vir a ter a sua situação efetivamente prejudicada em razão de recurso interposto poderá sobre ele se manifestar no prazo de 5 (cinco) dias úteis, que correrá da comunicação da interposição do recurso.

- 17.3 Os recursos serão julgados pela Diretoria de Operações Compartilhadas ou por quem esta delegar competência, no prazo de até 10 (dez) dias úteis, contados da data final para sua interposição.
- 17.4 As interessadas poderão solicitar vista dos autos do processo licitatório pelo e-mail licitacao@senac.br. O processo poderá ser consultado fisicamente no endereço descrito no item 1.5 ou digitalmente em página eletrônica, que será disponibilizada posteriormente, pelo período de 5 (cinco) dias úteis contados da divulgação.
- 17.5 O acolhimento de recursos pela autoridade competente somente invalidará os atos insuscetíveis de aproveitamento.
- 17.6 Os recursos contra a decisão da Comissão de Licitação terão efeito suspensivo.
- 17.7 As respostas aos recursos recebidos, com relação a presente Concorrência, serão disponibilizadas para consulta de todos os interessados na página eletrônica: <https://transparencia.senac.br/#!/dn/licitacoes>.

18. **DA SUBCONTRATAÇÃO**

- 18.1 O **Senac – Administração Nacional** e o **Sesc – Administração Nacional** poderão admitir, a seu critério, subcontratação de partes da prestação de serviço objeto desta licitação.
 - 18.1.1 A subcontratação será de responsabilidade da licitante vencedora.
- 18.2 A licitante vencedora poderá optar por subcontratar determinados serviços, principalmente aqueles que por sua especialização requeiram emprego de empresas ou profissionais especialmente habilitados, desde que a subcontratação seja requerida por escrito e submetida à expressa autorização do **Senac – Administração Nacional** e do **Sesc – Administração Nacional**.
 - 18.2.1 O **Senac – Administração Nacional** e o **Sesc – Administração Nacional** poderão exigir à licitante vencedora a apresentação de todos ou parte dos documentos de habilitação da(s) subcontratada(s) e somente após análise de toda a documentação o **Senac – Administração Nacional** e o **Sesc – Administração Nacional** autorizarão a subcontratação.
 - 18.2.2 A(s) licitante(s) que participaram da Concorrência 02/2023 não poderá(ão) ser subcontratada(s).
 - 18.2.3 É vedado à licitante vencedora subcontratar os serviços na sua totalidade.

- 18.3 A licitante vencedora deverá apresentar ao **Senac – Administração Nacional** e ao **Sesc – Administração Nacional** proposta(s) do fornecedor(es), contendo a especificação técnica do objeto a ser desenvolvido e valores, cabendo ao **Senac – Administração Nacional** e ao **Sesc – Administração Nacional** a validação da empresa a ser subcontratada.
- 18.4 Caso autorizada, a subcontratação será de única, exclusiva e total responsabilidade da licitante vencedora.
- 18.4.1 Se autorizada a efetuar a subcontratação de parte dos serviços, a licitante vencedora, realizará a supervisão e coordenação das atividades da subcontratada, bem como responderá ao **Senac – Administração Nacional** e ao **Sesc – Administração Nacional** pelo cumprimento das obrigações contratuais correspondentes ao objeto da subcontratação, ficando responsável pelas obrigações com a Previdência Social, PIS, FGTS, dívidas trabalhistas e outras.
- 18.4.2 A licitante vencedora, obriga-se a respeitar, rigorosamente, no que se refere a todos terceiros subcontratados, a legislação vigente sobre direito ambiental, impostos, contribuições e taxas, segurança do trabalho, previdência social e acidentes do trabalho, cujos encargos responderá unilateralmente em toda sua plenitude, por mais especiais que sejam.
- 18.5 O **Senac – Administração Nacional** e o **Sesc – Administração Nacional** não terão nenhum vínculo com qualquer subcontratado, sendo a licitante vencedora a única responsável pela subcontratação.
- 18.6 Caso a licitante vencedora não execute, total ou parcialmente, qualquer dos itens ou serviços previstos, o **Senac – Administração Nacional** e o **Sesc – Administração Nacional**, reservam-se o direito de executá-los diretamente ou através de terceiros. Ocorrendo a hipótese mencionada, a licitante vencedora responderá pelos custos e/ou garantias e/ou pagamento direto.
- 18.7 Em caso de serviços subcontratados, a licitante vencedora deverá providenciar a assinatura de termo de cessão, total e definitiva, dos direitos autorais e conexos incidentes sobre quaisquer obras e criações intelectuais desenvolvidas pelos subcontratados no âmbito do contrato de prestação de serviços firmados com a licitante vencedora. Após a assinatura, a licitante vencedora, na qualidade de titular da totalidade dos direitos autorais e conexos incidentes sobre tais obras e criações, cederá integralmente ao **Senac – Administração Nacional** e ao **Sesc – Administração Nacional** os respectivos direitos autorais e conexos, mediante assinatura de contrato de cessão.

- 18.8 Caso os empregados da subcontratada necessitem ingressar em algum dos ambientes do **Senac – Administração Nacional** e do **Sesc – Administração Nacional**, a licitante vencedora deverá solicitar prévia autorização e informar em lista o nome e dados dos mesmos.

19. DAS SANÇÕES APLICÁVEIS NO PROCEDIMENTO LICITATÓRIO

- 19.1 Sujeitar-se-á a licitante à aplicação das sanções de perda do direito à contratação e de suspensão do direito de licitar e contratar com **Senac – Administração Nacional** e o **Sesc – Administração Nacional**, pelo período de até 2 (dois) anos, conforme artigos 31 e 32 da Resolução Senac 958/2012 e do Sesc 1252/2012, sem prejuízo de outras cominações legais cabíveis, nos seguintes casos:
- 19.1.1 Não assinar o Contrato no prazo estipulado no subitem 16.1 deste Edital.
- 19.1.2 Apresentar documentação falsa dentre as exigidas neste Edital.
- 19.1.3 Cometer fraude fiscal ou comportar-se de modo inidôneo.
- 19.1.4 Frustrar ou fraudar, mediante ajuste, combinação ou qualquer outro expediente, o caráter competitivo do procedimento licitatório, com o intuito de obter, para si ou para outrem, vantagem decorrente da adjudicação do objeto desta licitação.
- 19.1.5 Não manter a proposta de preços, durante o período de validade descrito no subitem 10.8 deste Edital.
- 19.2 Antes da aplicação de qualquer penalidade, será facultada à parte contrária a defesa, mediante envio de notificação escrita à licitante vencedora, a qual deverá ser respondida no prazo de até 5 (cinco) dias úteis ou outro a ser fixado pelo **Senac – Administração Nacional** e pelo **Sesc – Administração Nacional**.
- 19.3 O descumprimento total ou parcial das condições, prazos e obrigações contratuais, relacionadas à execução do objeto, poderá ensejar a aplicação das sanções previstas no **Anexo VI – Minuta de Contrato**, sem prejuízo da responsabilização civil e penal, garantindo-se em qualquer hipótese o direito ao contraditório e à ampla defesa.

20. PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS

- 20.1 As partes obrigam-se a atuar na contratação oriunda deste Edital em conformidade com a legislação vigente sobre Proteção de Dados Pessoais e as determinações de órgãos reguladores/fiscalizadores sobre a matéria, em especial a Lei nº 13.709/2018 – Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD).

- 20.2 Na execução do objeto deste Edital, nos termos do art. 5º, inciso VI e VII, da Lei nº 13.709/2018, o **Senac – Administração Nacional** e o **Sesc – Administração Nacional** serão os controladores e a licitante vencedora será a operadora dos dados pessoais. As obrigações e responsabilidades de cada uma das partes no tratamento de dados pessoais observarão as disposições previstas na legislação aplicável, além das Cláusulas constantes do Contrato.
- 20.3 Fica estipulado que as Partes deverão se adequar em caso de modificação dos textos legais indicados no subitem acima ou de qualquer outro, de forma que exija modificações na estrutura do escopo do Contrato ou na execução das atividades ligadas a eles.
- 20.4 Se houver alguma disposição que impeça a continuidade da contratação do objeto deste certame conforme as disposições acordadas, o **Senac – Administração Nacional** e o **Sesc – Administração Nacional** poderão resolvê-la sem qualquer multa, penalidade, ou indenização, apurando-se os serviços prestados e/ou produtos fornecidos até a data da rescisão e consequentemente valores devidos correspondentes.
- 20.5 A licitante vencedora deve dar ciência aos seus empregados, diretores, prepostos, clientes, fornecedores e parceiros sobre as legislações vigentes sobre Proteção de Dados Pessoais e garantir que possui todos os consentimentos e avisos necessários para permitir o tratamento de dados pessoais dos respectivos titulares a serem necessários para a execução do serviço.
- 20.6 A licitante vencedora, neste ato, garante ao **Senac – Administração Nacional** e ao **Sesc – Administração Nacional** que todos os dados pessoais coletados, produzidos, receptados, classificados, utilizados, acessados, reproduzidos, transmitidos, distribuídos, processados, arquivados, armazenados, eliminados, avaliados ou controlados pela informação, modificados, comunicados, transferidos, difundidos ou extraídos em razão do Contrato, serão tratados em conformidade com as legislações vigentes aplicáveis, sob pena de indenização ao **Senac – Administração Nacional** e ao **Sesc – Administração Nacional** pelos prejuízos que este venha a incorrer em razão de eventuais demandas judiciais ou administrativas, que sejam prejuízos, moral, material ou perdas e danos ocasionados ao **Senac – Administração Nacional** e ao **Sesc – Administração Nacional**, seus empregados, clientes ou fornecedores e parceiros, tais como, mas não se limitando a, despesas como honorários advocatícios, custas judiciais e taxas administrativas.

- 20.7 A licitante vencedora se obriga a realizar a correção, eliminação, anonimização ou bloqueio de dados, quando notificada pelo **Senac – Administração Nacional** e pelo **Sesc – Administração Nacional**, nos casos de requisição do titular de dados pessoais ao **Senac – Administração Nacional** e ao **Sesc – Administração Nacional**.
- 20.8 A licitante vencedora deverá manter registro das operações de tratamento de dados pessoais que realizar, bem como deverá adotar as melhores práticas e implementar medidas técnicas e organizativas necessárias para proteger os dados contra situações, acidentais ou ilícitas, de destruição, perda, alteração, comunicação, difusão, acesso não autorizado, ou qualquer outra forma de tratamento inadequado ou ilícito, além de garantir a segurança no âmbito do tratamento de dados pessoais.
- 20.9 A licitante vencedora deverá notificar ao **Senac – Administração Nacional** e ao **Sesc – Administração Nacional**, imediatamente, por *e-mail* aos fiscais indicados neste Edital, em caso de reclamações e solicitações que venha a receber do titular de dados pessoais, bem como notificações, citações ou intimações judiciais ou administrativas em relação à conformidade com a proteção de dados identificadas em razão da contratação objeto deste Edital.
- 20.10 A licitante vencedora deverá notificar ao **Senac – Administração Nacional** e ao **Sesc – Administração Nacional**, por *e-mail* aos Fiscais indicados neste Edital, em 24h (vinte e quatro horas), em virtude de:
- 20.10.1 Qualquer não cumprimento (ainda que suspeito) das disposições legais relativas à proteção de dados pessoais;
- 20.10.2 Qualquer descumprimento das obrigações contratuais relativas ao processamento e tratamento dos dados pessoais; e
- 20.10.3 Qualquer violação de segurança no âmbito das atividades da licitante vencedora.
- 20.11 As partes comprometem-se a cooperar entre si, auxiliando, na medida do razoável, no cumprimento de obrigações judiciais ou administrativas, de acordo com a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais aplicável, fornecendo as informações disponíveis e ações necessárias para documentar e eliminar a causa e os riscos impostos por quaisquer violações de segurança, com relação aos dados pessoais utilizados na execução do objeto do presente Edital.

- 20.12 O disposto na Cláusula acima, ou eventual descumprimento de quaisquer deveres ou obrigações legais, contratuais, judiciais ou administrativos por uma das partes contratantes, não gera responsabilidade solidária ou subsidiária da outra parte, ficando somente a parte responsável, nos termos da lei, sujeita às sanções legais e contratuais pertinentes.
- 20.13 O **Senac – Administração Nacional** e o **Sesc – Administração Nacional** terão o direito de acompanhar, monitorar, auditar e fiscalizar a conformidade da licitante vencedora com a Proteção de Dados Pessoais, sem que implique em qualquer diminuição da responsabilidade da licitante vencedora.
- 20.14 A contratação decorrente do objeto deste certame não transfere a propriedade de quaisquer dados do **Senac – Administração Nacional** e do **Sesc – Administração Nacional** ou dos seus empregados, clientes, fornecedores e parceiros para a licitante vencedora.
- 20.15 A licitante vencedora se obriga a não utilizar, compartilhar ou comercializar quaisquer dados pessoais, que se originem e sejam criados a partir do tratamento de dados pessoais, que tenha acesso em razão de contratação oriunda deste certame.
- 20.16 Cada parte obriga-se a manter o mais absoluto dever de sigilo e confidencialidade relativamente a toda e quaisquer informações e dados pessoais tratados a que ela ou quaisquer de seus diretores, empregados e/ou prepostos venham a ter acesso, conhecimento ou que venha a lhe ser confiado em razão da celebração e execução do objeto deste certame.

21. DISPOSIÇÕES GERAIS

- 21.1 As licitantes deverão examinar cuidadosamente os termos e das condições da presente Licitação, para que tenham ciência de todos os detalhes que possam afetar de algum modo a execução da reforma objeto desta Licitação.
- 21.2 As licitantes assumem todos os custos de preparação de suas propostas e o **Senac – Administração Nacional** e o **Sesc – Administração Nacional** não serão, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.
- 21.3 As licitantes são responsáveis pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados e das propostas. Caso a licitante apresente declaração(ões)/documento(s) falso(s) que não corresponda(m) à realidade dos fatos a mesma será inabilitada ou desclassificada e estará sujeita às sanções editalícias, contratuais, cíveis e criminais cabíveis.

- 21.4 A licitante declara ter ciência e se compromete a cumprir os princípios e regras contidos no Código de Ética do **Senac – Administração Nacional** e do **Sesc – Administração Nacional**, dispostos nos sites: <https://transparencia.senac.br/#/dn/controle-interno-externo> e <http://transparencia.dn.sesc.com.br/uploads/documento/1/16/20220913140147-codigo-de-conduta.pdf>.
- 21.5 Após a apresentação das propostas técnicas e de preços escrita, não cabe desistência das propostas, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pelo **Senac – Administração Nacional** e pelo **Sesc – Administração Nacional**.
- 21.5.1 Em caso de desistência da licitante vencedora, quando esta não assinar o Contrato, ou ainda quando não cumprir as condições estabelecidas no Edital, a licitante classificada em 2.º (segundo) lugar poderá ser convocada, a critério do **Senac – Administração Nacional** e do **Sesc – Administração Nacional**, para a execução do serviço da presente Licitação, no preço proposto pela licitante vencedora, procedendo-se da mesma forma em relação às demais licitantes remanescentes, por ordem de classificação, convocadas pelo mesmo motivo constante neste item.
- 21.5.2 No caso de convocação da licitante classificada a partir do 2.º (segundo) lugar, obedecida a ordem sequencial e após o aceite do valor ofertado pela 1.ª (primeira) classificada, deverá assinar o Contrato, nos termos previstos neste Edital.
- 21.6 Não havendo interesse das demais licitantes na contratação, poderão o **Senac – Administração Nacional** e o **Sesc – Administração Nacional** realizar a contratação com base no art. 9.º, inc. III, da Resolução Senac 958/2012, desde que devidamente justificado.
- 21.7 Considerando as medidas de segurança e boas práticas adotadas pelo **Senac – Administração Nacional** e pelo **Sesc – Administração Nacional**, será de responsabilidade da licitante a confirmação do recebimento dos *e-mails* enviados para o endereço eletrônico licitacao@senac.br. O **Senac – Administração Nacional** e o **Sesc – Administração Nacional** não se responsabilizarão por *e-mails* não recebidos e não confirmados pela licitante independente do motivo que o ensejou.
- 21.8 É facultada à Comissão de Licitação ou à autoridade superior, em qualquer fase da Licitação, a promoção de diligências destinadas a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documentos ou informações que deveriam constar no ato da Sessão Pública.

- 21.8.1 A Comissão de Licitação tem o direito de exigir, a qualquer época ou oportunidade, documentos ou informações complementares que julgar necessários ao entendimento e comprovação dos documentos apresentados
- 21.9 A Comissão de Licitação poderá efetuar visita às instalações da licitante classificada em primeiro lugar para confirmar as reais condições para atendimento do objeto desta licitação. Caso seja verificada a incapacidade do atendimento, a licitante poderá ser desclassificada, a critério da Comissão de Licitação.
- 21.10 A Comissão de Licitação poderá, no interesse do **Senac – Administração Nacional** e do **Sesc – Administração Nacional** em manter o caráter competitivo desta licitação, relevar omissões puramente formais nos documentos e propostas apresentadas pela licitante. Poderá, também, realizar pesquisa na internet, quando possível para verificar a regularidade/validade de documentos ou fixar prazo às licitantes para dirimir eventuais dúvidas. O resultado de tais procedimentos será determinante para fins de habilitação.
- 21.10.1 Simples omissões ou irregularidades irrelevantes, sanáveis ou desprezíveis, a exclusivo critério da Comissão de Licitação, e que não causem prejuízo ao **Senac – Administração Nacional** e ao **Sesc – Administração Nacional** e às licitantes, poderão ser relevadas.
- 21.11 Não serão levados em consideração os documentos e proposta que não estiverem de acordo com as condições deste Edital e seus **Anexos**, quer por omissão, quer por discordância.
- 21.12 Admitir-se-á a continuidade de contratos ou instrumentos equivalentes celebrados com a licitante vencedora que tenha sofrido operações de reorganização societária, tais como cessão ou transferência total ou parcial, transformação, fusão, cisão e incorporação, desde que sejam observados pela nova empresa os requisitos de habilitação previstos neste instrumento convocatório e em conformidade com a Resolução Senac 958/2012 e das alterações posteriores, e ainda, que sejam mantidas as condições inicialmente estabelecidas.
- 21.13 O não atendimento de exigências formais não essenciais não importará no afastamento da licitante, desde que seja possível a aferição da sua qualificação e a exata compreensão da sua proposta, durante a realização da Sessão Pública.
- 21.14 Os casos não previstos neste Edital serão decididos pela Comissão de Licitação, com base na legislação vigente.

- 21.15 O **Senac – Administração Nacional** e o **Sesc – Administração Nacional** reservam o direito de adiar, cancelar, revogar, anular ou tornar sem efeito, no todo ou em parte, a presente Licitação, sem que caiba à licitante, direito a indenização ou reclamação de qualquer espécie.
- 21.16 A Comissão de Licitação, a qualquer tempo, antes da data da apresentação das propostas, poderá proceder a alterações concernentes a esta Licitação, enviando o correspondente adendo às licitantes que tenham retirado o Edital, sendo facultado à Comissão de Licitação, se for o caso, adiar a data da abertura da Sessão Pública.
- 21.17 Na contagem dos prazos estabelecidos no presente Edital, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o dia do vencimento, e considerar-se-á os dias consecutivos, exceto quanto for explicitamente disposta em contrário. Só se iniciam e vencem os prazos aqui referidos em dia de funcionamento do **Senac – Administração Nacional** e do **Sesc – Administração Nacional**.
- 21.18 Para fins de comprovação de tempestividade de pedidos de esclarecimento, impugnações ao Edital ou recursos contra a decisão que declarar a licitante vencedora, enviados por meio de correspondência, o **Senac – Administração Nacional** e o **Sesc – Administração Nacional** considerarão a data de recebimento, não sendo suficiente a apresentação do comprovante de postagem por parte das licitantes.
- 21.19 A licitante vencedora e seus sucessores se responsabilizarão por todos e quaisquer danos e/ou prejuízos que, a qualquer título, venham causar à imagem do **Senac – Administração Nacional** e do **Sesc – Administração Nacional** e/ou terceiros, em decorrência da execução indevida do objeto desta licitação.
- 21.20 Independentemente de declaração expressa, a apresentação dos documentos de habilitação e da proposta de preços, implica a aceitação plena e total das condições e exigências deste Edital e seus **Anexos**, a veracidade e autenticidade das informações constantes na proposta ajustada e nos documentos de habilitação apresentados, e ainda, a inexistência de fato impeditivo à participação da licitante, o qual, na incidência, obriga a licitante a comunicar ao **Senac – Administração Nacional** e ao **Sesc – Administração Nacional** quando ocorrido durante o certame.
- 21.21 Os documentos redigidos em língua estrangeira deverão ser traduzidos para a língua portuguesa e vir acompanhados de tradução juramentada, sob pena de inabilitação/desclassificação.
- 21.22 Os prepostos da licitante vencedora não terão vínculo empregatício e previdenciário de qualquer natureza com o **Senac – Administração Nacional** e o **Sesc – Administração Nacional**.

21.23 Fica eleito o Fórum Regional de Jacarepaguá da Comarca do Estado do Rio de Janeiro, para dirimir quaisquer dúvidas referentes ao presente Edital.

22. DOS ANEXOS

22.1 Faz parte integrante deste Edital, os seguintes **Anexos**:

22.1.1 **Anexo I** – Especificação Técnica.

22.1.2 **Anexo II** – *Briefing*.

22.1.3 **Anexo III** – Relação dos nomes para sorteio e formação da Comissão de Avaliação Técnica.

22.1.4 **Anexo IV** – Aceitação das Condições do Edital.

22.1.5 **Anexo V** – Modelo de Carta de Credenciamento.

22.1.6 **Anexo VI** – Minuta de Contrato de Prestação de Serviços.

Rio de Janeiro, 27 de setembro de 2023.

Renata Ramos
Presidente da Comissão de Licitação

CONCORRÊNCIA – 02/2023

ANEXO I – ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS

1 – OBJETO:

1.1 Contratação de agência para a prestação de serviço de publicidade e propaganda.

1.1.1 A prestação de serviço compreende o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenha por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral, dentre outros. Também integram como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

1.1.1.1 Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os veículos de divulgação, os resultados das ações realizadas e demais conhecimentos relativos à execução dos contratos;

1.1.1.2 Ao planejamento estratégico da marca (ação promocional, eventos e convenções, *branding*, produção multimídia) que compreende na execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento sobre o mercado; público-alvo, os veículos de divulgação, os resultados das ações realizadas e demais conhecimentos relativos à execução do contrato;

1.1.1.3 Ao planejamento, criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas à expansão dos efeitos das mensagens publicitárias em consonância com as novas tecnologias;

1.1.1.4 Ao desenvolvimento do Plano de Comunicação Publicitária, visando o alcance dos objetivos pretendidos e que a instituição obtenha o melhor retorno do seu investimento em publicidade, seja sob forma de resultados imediatamente quantificáveis, seja pela agregação contínua de valor à sua marca, conceito ou ideia;

1.1.1.5 À produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada;

1.1.1.6 À contratação de serviços internos e/ou externos de pesquisas regulares de audiência, auditoria de circulação e controle de mídia, disponíveis no mercado, correndo por conta da agência e necessários a prestação de serviços do **Senac – Administração Nacional** e do **Sesc – Administração Nacional**;

1.1.1.7 À produção de conteúdo, planejamento, monitoramento e elaboração de relatórios de canais digitais ou *off-line*;

1.1.1.8 Ao desenvolvimento e produção de materiais promocionais e/ou de comunicação que agreguem valor a marca;

1.1.1.9 Desenvolvimento e operacionalização de ações de marketing de experiência;

1.1.1.10 À produção de *sites*, *hotsites*, *blogs*, aplicativos e ações em ambientes digitais;

1.1.1.11 Gestão e operacionalização de ações com influenciadores digitais;

1.1.1.12 Prospecção, planejamento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação digital no âmbito do contrato;

1.1.1.13 Implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação digital, destinadas a expandir os efeitos de mensagens e conteúdo do **Senac – Administração Nacional** e do **Sesc – Administração Nacional**, em seus canais proprietários e em outros ambientes, plataformas ou ferramentas digitais, em consonância com novas tecnologias;

1.1.1.14 Compra de mídia, elaboração e operacionalização de planos de mídia *on-line* e *offline*; planejamento e/ou execução de mídia e impulsionamentos em canais de comunicação, além de relacionamento com influenciadores.

1.1.2 A licitante vencedora atuará por ordem e conta do **Senac – Administração Nacional** e do **Sesc – Administração Nacional** em conformidade com o art. 3.º da Lei n.º 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, de veículos de comunicação e divulgação para a transmissão de mensagens publicitárias.

2 – ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS:

2.1 Descrição do item

Item 1: Contratação de agência de publicidade e propaganda

Subitem	Descrição	Valor Percentual
1.1	Desconto a ser concedido ao Senac – Administração Nacional e ao Sesc – Administração Nacional em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Rio de Janeiro (Sinapro/RJ), vigente na data da solicitação a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados.	%
1.2	Honorários a serem cobrados do Senac – Administração Nacional e do Sesc – Administração Nacional , incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do serviço.	%
1.3	Honorários a serem cobrados do Senac – Administração Nacional e do Sesc – Administração Nacional , incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedidos pelos veículos de divulgação, conforme art. 11 da Lei 4.680/1965.	%

2.1.1 O valor anual estimado da contratação é de R\$ 12.000.000,00 (doze milhões de reais). O **Senac – Administração Nacional** e o **Sesc – Administração Nacional** não são obrigadas a atingirem o valor mencionado durante a vigência do Contrato.

2.2 Descrição do serviço.

2.2.1 A agência de publicidade e propaganda deverá prestar os seguintes serviços:

2.2.1.1 Do Plano de Comunicação

2.2.1.1.1 Elaboração e execução de Planos de Comunicação, podendo ser publicitário, de mídia, comunicação integrada, *on-line e off-line*, marketing de experiência, *branded content*, campanhas de incentivos, eventos e convenção entre outros.

2.2.1.2 Da Assessoria e consultoria

2.2.1.2.1 Assessoria, consultoria e apoio no planejamento e na execução das ações de publicidade, relações públicas, *marketing* e *endomarketing*;

2.2.1.2.2 Assessoria e consultoria na criação e operacionalização de estratégias de *marketing* e de comunicação que deem sustentação às ações institucionais e de estímulo a experiências do consumidor com a marca do **Senac – Administração Nacional** e do **Sesc – Administração Nacional**;

2.2.1.2.3 Assessoria e consultoria na contratação e desenvolvimento de pesquisas de opinião e de mercado e outras que se fizerem necessárias à execução ou ao subsídio da estratégia de divulgação aprovada.

2.2.1.3 Da Criação

2.2.1.3.1 Planejamento e desenvolvimento de campanhas institucionais, promocionais e mercadológicas para divulgação de produtos, serviços e projetos, considerando estratégia de *branded content*, potencial de viralização e ações *omnichannel*;

2.2.1.3.2 Planejamento e desenvolvimento de campanhas e programas de fidelidade, relacionamento, recompensa e ações de *inbound marketing* para divulgação de produtos, serviços e projetos;

2.2.1.3.3 Planejamento, concepção, criação e produção de textos e material audiovisual de forma inovadora de comunicação publicitária, em consonância com as novas tecnologias e comunicação integrada;

2.2.1.3.4 Elaboração e desenvolvimento de marcas (*branding* e *rebranding*), identidade visual, expressões de propaganda, logotipos, símbolos, ilustrações, estampas, comunicação visual de eventos (feiras, seminários e afins), sinalização e outros elementos de comunicação visual, além de suporte no registro de sua propriedade pelo **Senac – Administração Nacional** e pelo **Sesc – Administração Nacional**;

2.2.1.3.5 Editoração, adequação de conteúdo de linguagem, redação publicitária para as peças relacionadas à campanha e revisão de texto gramatical e ortográfico destas publicações;

2.2.1.3.6 Planejamento, concepção e criação de campanhas de *endomarketing* e comunicação interna;

2.2.1.3.7 Criação e manutenção de *sites*, *hotsites*, aplicativo e *landing pages* (criação/adequação de *layout* de propriedade digital, plano de tagueamento de propriedade digital, migração de conteúdo, escopo funcional de módulo).

2.2.1.4 Do Relatório

2.2.1.4.1 Elaboração de Relatórios de Canais, Campanhas e Projetos, sempre que solicitado pelo **Senac – Administração Nacional** e pelo **Sesc – Administração Nacional**.

2.2.1.5 Da Pesquisa

2.2.1.5.1 Elaboração de pesquisas qualitativas e/ou quantitativas pré e/ou pós-campanha para identificar conhecimento da marca/produtos/serviços; lembrança/conhecimento por parte do público-alvo, de campanhas veiculadas, entendimento da mensagem veiculada nas campanhas; percepção e/ou satisfação de clientes; desenvolvimento de indicadores ou índices que permitam monitorar a efetividade das campanhas veiculadas.

2.2.1.6 Do Monitoramento

2.2.1.6.1 Monitoramento e controle das inserções publicitárias (mídias contratadas), por meio de relatório mensal;

2.2.1.6.2 Monitoramento de canais de comunicação proprietários;

2.2.1.6.3 A prestação de serviços será em âmbito nacional, podendo, eventualmente, ter abrangência estadual em ações específicas.

2.2.1.7 Da Mídia

2.2.1.7.1 Elaboração e operacionalização de planos de mídia *on-line e offline*;

2.2.1.7.2 Compra de mídia;

2.2.1.7.3 Planejamento e/ou execução de mídia e impulsionamentos em canais de comunicação.

2.2.1.7.4 Do relacionamento com influenciadores:

2.2.1.7.5 Seleção, contratação e gestão de relacionamento de influenciadores digitais de acordo com as necessidades institucionais ou de projetos, conforme demanda.

2.2.1.8 Da gestão de canais de comunicação, como *sites* e redes sociais:

2.2.1.8.1 Elaboração de planos de gestão de canais de comunicação, incluindo definição de atuação, linhas editoriais e linhas gráficas e visuais, entre outros. Produção e gestão de conteúdos de canais de comunicação.

2.2.1.8.2 Monitoramento e relacionamento com o público em canais digitais (Sac 2.0).

2.2.1.8.3 Definição de KPIs e elaboração de relatórios de performance (relatório de BI de propriedade intelectual, relatório estratégico gerencial de monitoramento).

2.2.1.8.4 Planejamento estratégico digital (diagnóstico de conteúdo, planejamento de conteúdo, diagnóstico de saúde digital de marca ou tema).

3 – CONDIÇÃO E LOCAL DA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS:

3.1 Quando houver necessidade de execução do objeto contrato, o **Senac – Administração Nacional** e o **Sesc – Administração Nacional**, enviarão solicitação de serviço com a demanda necessária para a licitante vencedora.

3.1.1 O prazo para entrega da demanda será conforme acordado entre as partes a cada solicitação de serviço.

3.1.2 A licitante vencedora deverá executar os trabalhos, obedecendo aos prazos estabelecidos, sob pena de aplicação das sanções prevista no item 12 do Contrato.

3.2 Para aprovação de cada serviço a ser executado a licitante deverá apresentar proposta de orçamento discriminando as informações a seguir:

3.2.1 Identificará os percentuais referentes aos custos dos direitos autorais sobre:

3.2.1.1 Os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado.

3.2.1.2 As obras consagradas, incorporadas a peças, em relação ao valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente ajustado.

3.2.1.3 Informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais.

3.2.1.4 A licitante comprometer-se-á a emendar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo ao **Senac – Administração Nacional** e ao **Sesc – Administração Nacional** as vantagens obtidas.

3.2.1.5 A licitante deverá obedecer às especificações da descrição dos serviços.

3.3 Caso o **Senac – Administração Nacional** e o **Sesc – Administração Nacional** constatem a existência de quaisquer irregularidades no que tange às especificações dos serviços, poderá recusar sua aceitação quando da execução dos respectivos serviços e solicitar sua reexecução à licitante vencedora para que esta o refaça sem qualquer ônus adicional ao **Senac – Administração Nacional** e ao **Sesc – Administração Nacional**.

3.4 Caso a licitante vencedora não execute, total ou parcialmente, qualquer dos itens ou serviços previstos, o **Senac – Administração Nacional** e o **Sesc – Administração Nacional**, reservam-se o direito de executá-los diretamente ou através de terceiros. Ocorrendo a hipótese mencionada, a licitante responderá pelos custos e/ou garantias e/ou pagamento direto ficando sujeitas as sanções previstas no contrato.

3.5 O descumprimento do prazo estabelecidos no Edital e no Contrato a ser firmado com a licitante vencedora implicará nas aplicações das sanções previstas no item 12 do Contrato.

3.6 No ato de entrega do objeto, a licitante vencedora deverá apresentar documento fiscal válido correspondente ao objeto.

3.7 A execução do serviço não será presencial e a entrega será feita presencialmente ou via nuvem a depender da demanda e interesse do **Senac – Administração Nacional** e do **Sesc – Administração Nacional**.

3.7.1 Caso seja necessário reunião presencial, o local será o mesmo de faturamento previsto no subitem 5.2 deste **Anexo**, devendo a mesma ocorrer em horário comercial, de segunda a sexta-feira, das 9h às 17h, estando sujeito a alterações, mediante prévio comunicado do **Senac – Administração Nacional** e do **Sesc – Administração Nacional**.

3.8 Todos os produtos, materiais, informações e bancos de arquivos audiovisuais gerados pelo projeto ou disponibilizados para sua realização são de propriedade do **Senac – Administração Nacional** e do **Sesc – Administração Nacional**, sendo vedada qualquer forma de uso, divulgação ou cessão dos mesmos, no todo ou em parte, pela licitante vencedora, salvo com a autorização explícita do **Senac – Administração Nacional** e do **Sesc – Administração Nacional**.

4 – PRAZO E CONDIÇÕES DE GARANTIA:

4.1 A licitante vencedora assegurará ao **Senac – Administração Nacional** e ao **Sesc – Administração Nacional** garantia dos serviços prestados pelo período de vigência contratual.

5 – CONDIÇÕES DE PAGAMENTO:

5.1 Os pagamentos à licitante vencedora da presente licitação serão efetuados em até 28 (vinte e oito) dias corridos, contados da execução do objeto e aceitação pelo fiscal do **Senac – Administração Nacional** e do **Sesc – Administração Nacional**, conforme descrito no subitem 5.1.2.

5.1.1 Os pagamentos serão efetivados no prazo descrito no subitem 5.1, desde que a nota fiscal seja recebida sem incorreções e se dará, preferencialmente, por meio de boleto bancário. Caso não seja possível a emissão do boleto bancário, será admissível crédito em conta corrente da licitante vencedora.

5.1.2 O aceite definitivo do **Senac – Administração Nacional** e do **Sesc – Administração Nacional** será dado em até 10 (dez) dias úteis após a entrega dos serviços. O referido aceite não exclui a responsabilidade da licitante vencedora por vícios de quantidade, qualidade, técnico ou por desacordo com as especificações neste **Anexo**, verificados posteriormente ao recebimento do objeto.

5.1.3 Havendo erro na apresentação da nota fiscal, ou circunstância que impeça a liquidação da despesa, o pagamento ficará sobrestado até que a licitante vencedora providencie as medidas saneadoras, iniciando-se o prazo para pagamento, estabelecido no subitem 5.1 acima, somente após a comprovação da regularização da situação, sem ônus para o **Senac – Administração Nacional** e o **Sesc – Administração Nacional**.

5.1.4 Na hipótese de pagamento via crédito em conta corrente, é dever da licitante vencedora informar e manter atualizados os dados bancários, cabendo-lhe comunicar ao **Senac – Administração Nacional** e ao **Sesc – Administração Nacional**, de imediato, qualquer alteração.

5.1.4.1 Responsabilizar-se-á, integralmente, a licitante vencedora por pagamentos indevidos em razão da falta, erro de informação ou de atualização dos dados bancários.

5.1.5 Caso a licitante vencedora opte por faturar em nome da filial, esta condição deverá ser informada ao **Senac – Administração Nacional** e ao **Sesc – Administração Nacional**, devendo a licitante vencedora emitir declaração relativa ao faturamento pelo CNPJ da filial, cabendo, ainda, anexar os documentos de regularidade pertinentes.

5.2 O faturamento e a cobrança serão efetuados por meio da emissão de notas fiscais separadas para o **Senac – Administração Nacional** e para o **Sesc – Administração Nacional**, conforme abaixo:

5.2.1.1 Razão Social: Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial - Senac
Endereço: Av. Ayrton Senna, 5.555, Jacarepaguá, Rio de Janeiro, RJ – CEP: 22775-004
CNPJ: 33.469.172/0001-68
Insc. Estadual: 78.049.006
Arquivo XML: recepcaonfe-scc@senac.br
Arquivo PDF: maria.zarro@senac.br e fernanda.cardozo@senac.br

- 5.2.1.2 Razão Social: Serviço Social do Comércio - Sesc
Endereço: Av. Ayrton Senna, 5.555, Jacarepaguá, Rio de Janeiro, RJ – CEP: 22775-004
CNPJ: 33.469.164/0001-11
Insc. Municipal: 106.391-0
Arquivo XML: scont@sesc.com.br
Arquivo PDF: dvidal@sesc.com.br e gsousa@sesc.com.br
- 5.3 A licitante vencedora deverá anexar, a cada nota fiscal, a comprovação da execução do serviço (evidência relacionadas ao objeto desenvolvido) e relatório/planilha contendo a descrição dos serviços e respectivos custos.
- 5.4 As notas fiscais deverão ser emitidas nos termos e limites da legislação tributária vigente nas esferas federal, estadual e municipal, já constando todos os tributos incidentes, a descrição do objeto contratado e o mês de referência.
- 5.5 A licitante vencedora deverá anexar, a cada nota fiscal, sempre que solicitado pelo **Senac – Administração Nacional** e pelo **Sesc – Administração Nacional**, fotocópia dos documentos que comprovem sua regularidade fiscal, tais como:
- 5.5.1 Prova de regularidade para com a Fazenda Nacional, composta da Certidão Conjunta expedida pela Secretaria da Receita Federal do Brasil e pela Procuradoria Geral da Fazenda Nacional referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União, abrangendo, ainda, as contribuições previstas nas alíneas "a", "b" e "c" do parágrafo único do art. 11 da Lei nº 8.212, de 24/07/1991, conforme Portaria Conjunta RFB/PGFN nº 1.751 de 02/10/2014.
- 5.5.2 Prova de regularidade relativa ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), composta da Certidão de Regularidade Fiscal (CRF) ou outro meio equivalente, no cumprimento dos encargos instituídos por lei.
- 5.6 É vedado à licitante vencedora negociar os títulos de crédito emitidos contra o **Senac – Administração Nacional** e o **Sesc – Administração Nacional**, bem como a antecipação de pagamento de qualquer natureza.
- 5.7 O percentual constante do item 1 será fixo e irrevogável pelo período de vigência do Contrato.

CONCORRÊNCIA – 02/2023

ANEXO II – BRIEFING

Briefing para Campanha Institucional Integrada Sesc e Senac

1 – DESAFIOS DA COMUNICAÇÃO:

1.1 Desenvolvimento de campanha integrada para comemoração de aniversário de 80 anos do Sesc e Senac, com o objetivo de fortalecer a imagem das instituições como referências em educação, saúde, cultura, lazer, assistência e qualificação profissional.

1.2 A campanha deve contemplar o plano de comunicação integrado completo considerando, plano de mídia, planejamento estratégico, ações de marketing digital, *omnichannel*, *branded content*, ações promocionais e todos os desdobramentos necessários para expandir os efeitos de mensagens e conteúdo do Sesc e Senac.

1.3 A mensagem da campanha deve levar em conta a natureza privada das instituições, com destaque para a missão social, que as tornam ímpar quando comparadas às empresas que possuem objetivos comerciais ou ainda a agentes públicos. É necessário destacar esses 80 anos de atuação do Sesc e Senac, como instituições que estiveram presentes nos marcos históricos e atuando pelo desenvolvimento social do país.

1.4 Além disso, a campanha deve contemplar não apenas o público-geral como também uma segmentação específica voltada para o empresário do setor de comércio, bens, serviços e turismo. O objetivo com esta segmentação é demonstrar, para tal público, o valor de ambas instituições e como atuam para o setor do comércio de bens, serviços e turismo, refletindo seu desenvolvimento ao longo de todos esses anos.

2 – PONTOS A SEREM DESTACADOS:

2.1 A identidade (missão, visão e valores) e o papel do Sesc e do Senac na sociedade e na vida das pessoas.

2.2 A diferença e complementariedade de atuação das 2 instituições.

2.3 As realizações, abrangência, além do elevado impacto social nas áreas de educação profissional (Senac), e educação, saúde, cultura, lazer e assistência (Sesc).

2.4 A atuação em prol do setor do comércio de bens, serviços e turismo e suas vinculações ao Sistema Comércio.

3 – SOBRE AS INSTITUIÇÕES:

3.1 O Senac.

3.1.1 Criado em 1946, o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac) nasceu como uma instituição de direito privado, sem fins lucrativos, vinculadas ao sistema sindical empresarial e sendo administradas pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo, e se consolidou como o principal agente de educação profissional. Ao longo de seus 77 anos de atividades, a Instituição preparou mais de 73 milhões de pessoas para o setor do Comércio de Bens, Serviços e Turismo. Com quase 600 unidades de ensino espalhadas por todo o País e 85 unidades móveis (84 carretas-escolas e 1 bolsa-escola que atende as populações ribeirinhas do Rio Amazonas). O Senac oferece formação completa: formação inicial, ensino técnico, ensino superior (tecnológico e pós-graduação) e cursos livres em mais de 29 segmentos educacionais. A instituição oferece toda a sua experiência a trabalhadores e empresários, com programações presenciais e a distância (a Rede EaD oferece mais de 230 títulos).

3.1.2 Por meio do Programa Senac de Gratuidade (PSG), o Senac oferece gratuitamente cursos em diversas áreas de conhecimento a pessoas de baixa renda – cuja renda familiar mensal per capita não ultrapasse 2 salários-mínimos. Até 2022, foram mais de 3,9 milhões de pessoas beneficiadas pelo Programa. E a maioria dos formados pelo PSG encontra trabalho durante ou após o curso.

3.2 O Sesc.

3.2.1 Criado em 13 de setembro de 1946, o Sesc (Serviço Social do Comércio) nasce como uma instituição de direito privado, sem fins lucrativos, vinculadas ao sistema sindical empresarial e sendo administradas pela CNC - Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo, com a finalidade de atuar em prol do bem-estar e da qualidade de vida dos trabalhadores do setor e de seus familiares. No cumprimento de sua missão, a instituição prima por valores importantes, como a inclusão social, o desenvolvimento sustentável e a transparência – a qual está no cerne de suas regulamentações.

3.2.2 O Sesc permanece atuante na vida dos comerciários e dos brasileiros. Sua história se confunde com os grandes fatos e transformações que ocorreram no país nesses últimos 77 anos. Sua presença em todos os estados do país hoje é indispensável no cenário cultural, na educação básica de jovens e adultos, na saúde de trabalhadores, na assistência a comunidades e no lazer.

3.2.3 A presença nacional do Sesc possibilita que ele esteja sempre sintonizado com o público e atenda às suas demandas conforme as características de cada localidade. Além das unidades situadas nas principais cidades do Brasil e em municípios do interior, o Sesc amplia o alcance de sua atuação por meio de unidades móveis, que circulam pelo país com serviços de saúde, cultura e lazer.

3.2.4 Toda atuação é pensada em prol da formação de cidadãos mais plenos e integrados à vida do país. Esse é o grande diferencial da instituição, que oferece projetos e serviços nas áreas de educação, saúde, cultura, lazer e assistência. A diversidade do brasileiro e a imensidão do país são refletidas em cada ação do Sesc.

4 – OBJETIVOS DA COMUNICAÇÃO:

4.1 Geral:

4.1.1 Criação de uma campanha institucional integrada que aborde os 80 anos de atuação do Sesc e Senac no Brasil, destacando as contribuições significativas para o desenvolvimento social, educacional e cultural do país.

4.2 Específico:

4.2.1 Posicionar o Sesc e o Senac como instituições referência em bem-estar social e educação profissional, respectivamente.

4.2.2 Reforçar a missão e os valores das marcas, enfatizando o compromisso com o desenvolvimento pessoal e profissional da sociedade.

4.2.3 Aumentar o engajamento da comunidade e do público-alvo com as atividades oferecidas pelo Sesc e Senac.

4.2.4 Estimular a participação ativa nas ações promocionais e nas estratégias de *marketing*.

4.2.5 Aumentar o *awareness* das marcas, sobretudo, em ambiente digital.

4.2.6 Destacar a cadeia de valor dos benefícios desenvolvidos pelo Sesc e pelo Senac ao empresário do setor de comércio, bens, serviços e turismo.

4.2.7 Enfatizar a natureza privada das instituições, com destaque para sua missão social.

4.3 Públicos prioritários:

4.3.1 Clientes dos serviços ofertados pelas instituições.

4.3.2 Empresários do setor de comércio de bens, serviços e turismo.

4.3.3 Empresas e profissionais de RH do setor de comércio de bens, serviços e turismo.

4.3.4 Formadores de opinião.

4.3.5 Empregados do Sesc e Senac.

4.3.6 Trabalhadores do setor de comércio de bens, serviços e turismo (habilitados ou cliente potencial).

4.4 Praça:

4.4.1 Nacional, com ênfase em BSB, SP e RJ.

4.5 Verba referencial para investimento.

4.5.1 12 milhões de reais (deve ser considerada a execução de todo o plano proposto, incluindo despesas com mídia e produção).

4.6 Recursos próprios de comunicação digital:

4.6.1 Sesc – www.sesc.com.br

4.6.2 Senac – <https://360.senac.br/pt/quem-somos/> e www.senac.br

4.7 Obrigatoriedades:

4.7.1 Para aplicação da marca, os licitantes devem seguir o manual de cada instituição:

a. Sesc – Manual de Marca: https://cdnsesc.azureedge.net/assets/2023/09/Manual_Marca_Sesc_novo-6501c3cc9f282.pdf

b. Senac – <https://www.dn.senac.br/wp-content/uploads/2021/08/novo-manual-2021.pdf>

4.8 Observações:

4.8.1 as licitantes terão total liberdade de escolha dos temas e das mídias, devendo apenas observar o limite de verba previsto de 12 (doze) milhões de reais.

4.8.2 A apresentação da estratégia de comunicação, das peças, de eventuais ações promocionais, das alternativas de mídia e não-mídia deverá ser precedida de um diagnóstico de percepção da imagem das entidades de, no máximo, duas páginas.

4.8.3 Criação e apresentação de peças publicitárias, limitadas a 15 (quinze).

CONCORRÊNCIA – 02/2023

**ANEXO III – RELAÇÃO DOS NOMES PARA SORTEIO E FORMAÇÃO DA
COMISSÃO DE AVALIAÇÃO TÉCNICA**

Membros com vínculo com o Senac – Administração Nacional:

1. Aline Araújo Durães;
2. Maria Luiza Tostes Zarro;
3. Rogerio de Figueiredo.

Membros com vínculo com o Sesc – Administração Nacional:

1. André Luiz Valle Rosa;
2. Daniel de Mello Vidal;
3. Daniele Ornelas Mendes.

Membros sem vínculo com o Senac – Administração Nacional e com o Sesc – Administração Nacional:

1. Deborah Serra;
2. Denis Abate;
3. Diana Kurpjuweit;
4. Dionize Gottschild;
5. Doryan Bessa;
6. Fernando Macieira;
7. Gabriel Fuscaldo;
8. Kassielle Assis;

9. Lucélia Morioka;
10. Marcella Marins;
11. Milton Santana;
12. Renata Dumont;
13. Roberto Sá;
14. Romualdo Ayres;
15. Tiago Yonamine;
16. Vanessa Quinsani.

CONCORRÊNCIA – 02/2023**ANEXO IV – ACEITAÇÃO DAS CONDIÇÕES DO EDITAL**

A empresa....., inscrita no CNPJ, representada por, declara, para os devidos fins, que tomou conhecimento e examinou, cuidadosamente, o Edital e os respectivos anexos da Concorrência 02/2023 do **Senac – Administração Nacional**, para contratação do objeto desta licitação e de ter integralmente compreendido e aceito as condições nele estabelecidas.

Declara ainda que:

1. Não possui parentes até o terceiro grau (afim ou consanguíneo) de dirigentes ou empregados do **Senac – Administração Nacional**.
2. Não possui como dirigente ou sócio ex-empregado do **Senac – Administração Nacional**.
3. Não se encontra em processo de dissolução.
4. Não foi punida com suspensão do direito de contratar ou licitar com o **Senac – Administração Nacional**.
5. Não figura como sociedade integrante 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, desde que, em diligências, se comprove o conluio entre eles com intuito de frustrar a competitividade do certame.
6. Não emprega menores de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e nem menores de 16 (dezesesseis) anos em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos.
7. Está ciente e concorda com as disposições previstas no Edital, acerca da Proteção de Dados Pessoais, em atendimento à Lei 13.709/2018.

Rio de Janeiro, de de 2023.

(nome do representante legal/contratual da empresa)

OBSERVAÇÃO:

Este documento deverá ser obrigatoriamente preenchido em papel timbrado da licitante e estar devidamente assinado por seu representante legal.

CONCORRÊNCIA – 02/2023

ANEXO V – MODELO DE CARTA DE CREDENCIAMENTO

Em atendimento ao disposto no item 6.1.2 da Licitação em referência, a empresa inscrita no CNPJ nº, representada por credencia o Sr., portador da Carteira de Identidade nº e do CPF nº, para que represente a empresa nesta Licitação, com poderes plenos para prestar esclarecimentos, assinar atas, interpor recursos ou renunciar ao direito de interpô-lo e praticar tudo mais que seja necessário à participação de nossa empresa na Licitação.

Rio de Janeiro,de.....de 2023.

(nome do representante legal/contratual da empresa)

OBSERVAÇÃO:

Este documento deverá ser obrigatoriamente preenchido em papel timbrado da licitante e estar devidamente assinado por seu representante legal.

CONCORRÊNCIA – 02/2023**ANEXO VI – MINUTA DE CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS**

CONTRATANTE: SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL - SENAC - ADMINISTRAÇÃO NACIONAL

ENDEREÇO: Av. Ayrton Senna, 5.555

TEL.: (21) 2136-5555

BAIRRO : Jacarepaguá

CEP : 22775-004

CIDADE : Rio de Janeiro

ESTADO: RJ

CNPJ : 33.469.172/0001-68

INSC. ESTADUAL: 78.049.006

Representada por

CONTRATANTE: SERVIÇO SOCIAL DO COMÉRCIO - SESC - ADMINISTRAÇÃO NACIONAL

ENDEREÇO: Av. Ayrton Senna, 5.555

TEL.: (21) 2136-5555

BAIRRO : Jacarepaguá

CEP : 22775-004

CIDADE : Rio de Janeiro

ESTADO: RJ

CNPJ : 33.469.164/0001-11

INSC. ESTADUAL: Isento

Representada por

CONTRATADA:

ENDEREÇO :

TEL. :

E-MAIL:

BAIRRO :

CEP:

CIDADE :

ESTADO:

CNPJ :

INSC. MUNICIPAL:

Representada por

As partes acima decidem firmar entre si o presente Contrato, segundo os termos e as condições seguintes.

CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO:

- 1.1 Constitui objeto do presente Instrumento a contratação de agência para prestação de serviço de publicidade e propaganda, sob demanda, para atender ao **Senac – Administração Nacional** e ao **Sesc – Administração Nacional**, de acordo com as especificações contidas na Concorrência 02/2023, Termo de Referência e proposta de preços da **CONTRATADA**.
 - 1.1.1 A prestação de serviço compreende o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenha por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral, dentre outros. Também integram como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:
 - 1.1.1.1 Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os veículos de divulgação, os resultados das ações realizadas e demais conhecimentos relativos à execução do contrato;
 - 1.1.1.2 Ao planejamento estratégico da marca (ação promocional, eventos e convenções, *branding*, produção multimídia) que compreende na execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento sobre o mercado; público-alvo, os veículos de divulgação, os resultados das ações realizadas e demais conhecimentos relativos à execução do contrato;
 - 1.1.1.3 Ao planejamento, criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas à expansão dos efeitos das mensagens publicitárias em consonância com as novas tecnologias;
 - 1.1.1.4 Ao desenvolvimento do Plano de Comunicação Publicitária, visando o alcance dos objetivos pretendidos e que a instituição obtenha o melhor retorno do seu investimento em publicidade, seja sob forma de resultados imediatamente quantificáveis, seja pela agregação contínua de valor à sua marca, conceito ou ideia;
 - 1.1.1.5 À produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada;

- 1.1.1.6 À contratação de serviços internos e/ou externos de pesquisas regulares de audiência, auditoria de circulação e controle de mídia, disponíveis no mercado, correndo por conta da agência e necessários a prestação de serviços das **CONTRATANTES**;
- 1.1.1.7 À produção de conteúdo, planejamento, monitoramento e elaboração de relatórios de canais digitais ou *off-line*;
- 1.1.1.8 Ao desenvolvimento e produção de materiais promocionais e/ou de comunicação que agreguem valor a marca;
- 1.1.1.9 Desenvolvimento e operacionalização de ações de marketing de experiência;
- 1.1.1.10 À produção de *sites*, *hotsites*, *blogs*, aplicativos e ações em ambientes digitais;
- 1.1.1.11 Gestão e operacionalização de ações com influenciadores digitais;
- 1.1.1.12 Prospecção, planejamento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação digital no âmbito do contrato;
- 1.1.1.13 Implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação digital, destinadas a expandir os efeitos de mensagens e conteúdo das **CONTRATANTES**, em seus canais proprietários e em outros ambientes, plataformas ou ferramentas digitais, em consonância com novas tecnologias;
- 1.1.1.14 Compra de mídia, elaboração e operacionalização de planos de mídia *on-line e offline*; planejamento e/ou execução de mídia e impulsionamentos em canais de comunicação, além de relacionamento com influenciadores.

1.1.2 A **CONTRATADA** atuará por ordem e conta das **CONTRATANTES** em conformidade com o art. 3.º da Lei n.º 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, de veículos de comunicação e divulgação para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.2 Integram o presente Contrato:

- 1.2.1 Edital da Concorrência 02/2023.

- 1.2.2 Especificação Técnica – **Anexo I** do Edital da Concorrência 02/2023.
- 1.2.3 Proposta de preços da **CONTRATADA**, nº _____, de / /2023.
- 1.2.4 Anexo I - Termo de compromisso, sigilo e confidencialidade.
- 1.2.5 Anexo II – Tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Rio de Janeiro (Sinapro/RJ).

CLÁUSULA SEGUNDA – DA VIGÊNCIA:

- 2.1 O presente Contrato terá vigência pelo prazo de 12 (doze) meses, contados a partir de sua assinatura física ou a partir do primeiro dia útil posterior a data da última assinatura eletrônica/digital, podendo ser prorrogado, até 60 (sessenta) meses, por meio de Termos Aditivos, caso seja de interesse de ambas as partes, mediante manifestação expressa e desde que as **CONTRATANTES** mantenham as condições iniciais de habilitação quanto à sua regularidade fiscal, trabalhista e econômico-financeira.
 - 2.1.1 O contrato poderá ser prorrogado, além do prazo estipulado no item 2.1, até o limite de 120 (cento e vinte) meses, desde que o preço se mantenha vantajoso a cada prorrogação.

CLÁUSULA TERCEIRA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA:

- 3.1 Cumprir fielmente as obrigações assumidas em razão da assinatura do presente Contrato e do Anexo I – especificações técnicas do Edital, proposta de preços, bem como pelas determinações e orientações que, durante o prazo contratual, lhe forem repassadas pelas **CONTRATANTES**.
- 3.2 Em nenhuma hipótese a **CONTRATADA** poderá alegar desconhecimento das Cláusulas, condições e especificações deste Contrato nem alegar qualquer erro involuntário ou omissão existente para eximir-se de suas responsabilidades.
- 3.3 Manter comunicação frequente com as **CONTRATANTES**, por meio de *follow-up*, oferecendo informações acerca do andamento e evolução dos serviços, permitindo, assim, eventuais adequações e ajustes que se façam necessários.
- 3.4 Apresentar proposta de preços, com descrição detalhada, todas as vezes que as **CONTRATANTES** demandarem a execução de um serviço, devendo iniciar o trabalho somente após a anuência expressa das **CONTRATANTES**.

- 3.5 Submeter, previamente, à aprovação das **CONTRATANTES** todo o material produzido pela **CONTRATADA**. Fica vedado à **CONTRATADA** a utilização, divulgação, publicação, cessão de todo e qualquer material produzido sem a expressa autorização das **CONTRATANTES**.
- 3.6 Solicitar autorização prévia das **CONTRATANTES**, para realizar qualquer despesa relacionada ao Contrato.
- 3.7 Acompanhar e fiscalizar junto aos veículos de comunicação o cumprimento de veiculação publicitária que lhe foi incumbida, com uso de instrumentos de monitoramento.
- 3.8 Tomar providências relacionadas aos casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços demandados, mediante comunicação das **CONTRATANTES**, respeitadas as obrigações contratuais assumidas com terceiros e os honorários, desde que tais ocorrências não tenham sido causadas pela **CONTRATADA**.
- 3.9 A **CONTRATADA** não será eximida de qualquer responsabilidade quanto à segurança individual e coletiva de seus empregados.
- 3.10 Prestar todos os esclarecimentos que forem solicitados pelas **CONTRATANTES**, obrigando-se a atender, de imediato, todas as reclamações a respeito do serviço.
- 3.11 Franquear e facilitar às **CONTRATANTES** ou preposto devidamente credenciado, a fiscalização do serviço objeto deste Contrato fornecendo, quando solicitados, todos os dados relativos a este que sejam julgados necessários ao bom entendimento e acompanhamento da prestação de serviço, sem que tal fiscalização implique em transferência de responsabilidade para as **CONTRATANTES** ou seu preposto.
- 3.12 Executar os serviços ora contratados, com pessoal especializado, previamente identificado e qualificado, junto às **CONTRATANTES** responsabilizando-se por si e/ou prepostos por qualquer ação ou omissão que venha a causar prejuízos de qualquer natureza às **CONTRATANTES**.
 - 3.12.1 Indicar responsável da conta que representará a **CONTRATADA** perante as **CONTRATANTES** em todos os assuntos relativos à parte técnica do trabalho, como desenvolvimento e qualidade de peça, material e/ou campanha publicitária, e aos assuntos administrativos relativos à execução das atividades e vigência do Contrato.

- 3.13 A **CONTRATADA** somente estará autorizada a executar os serviços por meio de profissionais qualificados e que estejam instruídos quanto às precauções relativas ao seu trabalho e apresentem estado de saúde compatível com as atividades desenvolvidas e, portanto, os trabalhos nunca deverão ser executados sem que sejam analisados os riscos previstos, os sistemas de proteção individual e coletivo e estado geral das ferramentas e equipamentos utilizados.
- 3.14 Para a perfeita execução dos serviços referidos na especificação/descritivo, a **CONTRATADA** se obriga, sob as responsabilidades legais vigentes, a prestar toda assistência técnica e administrativa necessárias, exercendo rigoroso controle de qualidade sobre os serviços, sem prejuízo do controle feito pelas **CONTRATANTES**.
- 3.15 Adotar todas as medidas necessárias para que a prestação dos serviços, objeto do presente Contrato, ocorra de maneira contínua e permanente, sob pena de rescisão imediata e de pleno direito por parte das **CONTRATANTES**.
- 3.16 Exercer rigoroso controle de qualidade sobre os serviços, sem prejuízo do controle feito pelas **CONTRATANTES**.
- 3.17 Solucionar todos os eventuais problemas pertinentes ou relacionados com a execução dos serviços, mesmo que para isso outra solução não prevista tenha que ser apresentada, para aprovação e implementação, sem ônus adicionais para as **CONTRATANTES**.
- 3.18 Dar ciência imediata à fiscalização das **CONTRATANTES**, de toda e qualquer anormalidade que se verificar na execução dos serviços, sob pena de responsabilidade.
- 3.19 Arcar com despesas de deslocamento, alimentação e hospedagem dos profissionais alocados na execução dos serviços.
- 3.20 Analisar em conjunto com as **CONTRATANTES** todos os serviços adequando-os as possíveis necessidades e alterações decorrentes. Analisar os comentários ou recomendações apresentadas pelas **CONTRATANTES** e, em caso de não atendimento, apresentar fundamentação técnica.
- 3.21 Responsabilizar-se por quaisquer processos ou ações, judiciais ou administrativas, bem como por todos os danos, pessoais ou materiais, diretos ou indiretos, que seus profissionais ou prepostos causem às **CONTRATANTES** ou à terceiros, durante a execução do serviço, decorrente de ação ou omissão e decorrentes de culpa ou dolo, procedendo imediatamente aos reparos ou indenizações cabíveis e assumindo todos os ônus decorrentes.

- 3.22 Responsabilizar-se pelos danos causados diretamente ou indiretamente às **CONTRATANTES** ou à terceiros, em razão de ação ou omissão e decorrentes de culpa ou dolo, bem como de quem em seu nome agir ou omitir-se, quando da prestação do serviço objeto deste Contrato, não excluindo ou reduzindo essa responsabilidade, quando da fiscalização ou o acompanhamento pelas **CONTRATANTES**.
- 3.23 Responder civil e penalmente, por todos e quaisquer danos pessoais ou materiais causados por seus empregados e/ou prepostos às dependências, instalações e equipamentos das **CONTRATANTES** e de terceiros, a título de culpa ou dolo devidamente comprovados.
- 3.24 Responsabilizar-se integralmente pela imediata substituição dos empregados envolvidos na prestação de serviços, caso seja necessário, a fim de que não seja prejudicada a realização dos serviços contratados, nos casos de solicitação feita pelas **CONTRATANTES** em razão do afastamento por falta, férias, descanso semanal, licença, demissão e outros da espécie, obedecidas as disposições da legislação trabalhista vigente.
- 3.25 A **CONTRATADA** obriga-se a quaisquer pagamentos decorrentes de direitos autorais e direitos conexos, porventura devidos aos seus titulares ou representantes, pela utilização e reprodução dos textos, imagens e demais itens necessários ao cumprimento do objeto contrato.
- 3.26 Manter, durante toda a execução do Contrato, as condições iniciais de habilitação quanto à situação de regularidade fiscal, trabalhista e econômico-financeira.
- 3.27 Manter sigilo ético-empresarial necessário, por tempo indeterminado, sobre dados, documentos, especificações técnicas e comerciais, metodologias, inovações e quaisquer outras informações das **CONTRATANTES**, sobre as quais tenha tido acesso em decorrência deste Contrato, não podendo divulgar ou reproduzir sob qualquer pretexto.
- 3.28 Não utilizar a marca das **CONTRATANTES** ou qualquer material desenvolvido, assim como os dados a que tenha acesso no decorrer das atividades inerentes a este Contrato, em ações desenvolvidas pela **CONTRATADA** fora do âmbito de atuação deste Contrato sem a prévia autorização das **CONTRATANTES** (no caso de portfólio da agência).
- 3.29 Disponibilizar e/ou entregar as peças e campanhas de comunicação por *e-mail*, *link* de acesso a endereço na nuvem ou nos ambientes digitais em que serão hospedadas, publicadas ou divulgadas.
- 3.30 Disponibilizar todas as artes abertas (o *package*) de todos os projetos.

- 3.31 Responsabilizar-se por todos os encargos de natureza trabalhista, social, previdenciária e/ou fiscal, relativos aos prepostos designados para realizar os serviços objetos deste Contrato, assumindo, em consequência, a condição de única empregadora, isentando as **CONTRATANTES**, inclusive judicialmente, de qualquer responsabilidade quanto a estes.
- 3.32 Manter sigilo sobre quaisquer informações das **CONTRATANTES** às quais tenha acesso.
- 3.33 Responsabilizar-se perante às **CONTRATANTES** por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços objeto do contrato a ser firmado.
- 3.34 Obedecer às demais condições previstas no Anexo I do Edital da Concorrência 02/2023, o qual constitui parte integrante deste instrumento.

CLÁUSULA QUARTA – DAS OBRIGAÇÕES DAS CONTRATANTES:

- 4.1 Fornecer à **CONTRATADA** e seus prepostos, tempestivamente, todas as informações e determinações que se fizerem necessárias à execução dos serviços contratados.
- 4.2 Fiscalizar o cumprimento das obrigações contratuais e atestar a execução do objeto deste Contrato por meio de gestor e/ou fiscal.
- 4.3 Proporcionar todas as facilidades indispensáveis à boa prestação dos serviços.
- 4.4 Notificar, por escrito, à **CONTRATADA**, fixando-lhe o prazo para correção de erros, defeitos ou irregularidades encontradas na prestação dos serviços, bem como sobre eventual aplicação de multa.
- 4.5 Prestar informações e esclarecimentos atinentes à prestação de serviços que venham a ser solicitados pelos empregados da **CONTRATADA**.
- 4.6 Comunicar à **CONTRATADA** qualquer alteração, redução e/ou cancelamento no serviço contratado, com justificativa.
- 4.7 Comunicar à **CONTRATADA** quaisquer falhas ocorridas, consideradas de natureza grave ou não, que tenham implicação, direta ou indireta, no cumprimento do objeto do presente Contrato.
- 4.8 Efetuar os pagamentos relativos à prestação dos serviços nas condições previstas neste Contrato.

CLÁUSULA QUINTA – DO LOCAL E CONDIÇÕES DA PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS:

- 5.1 Quando houver necessidade de execução do objeto contrato, as **CONTRATANTES**, enviarão solicitação de serviço com a demanda necessária para a **CONTRATADA**.
 - 5.1.1 O prazo para entrega da demanda será conforme acordado entre as partes a cada solicitação de serviço.
 - 5.1.2 A **CONTRATADA** deverá executar os trabalhos, obedecendo aos prazos acordados, sob pena de aplicações das sanções previstas no item 12 deste Contrato.
- 5.2 Para aprovação de cada serviço a ser executado a **CONTRATADA** deverá apresentar proposta de orçamento discriminando as informações a seguir:
 - 5.2.1 Identificará os percentuais referentes aos custos dos direitos autorais sobre:
 - 5.2.1.1 Os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado.
 - 5.2.1.2 As obras consagradas, incorporadas a peças, em relação ao valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente ajustado.
 - 5.2.1.3 Informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais.
 - 5.2.1.4 A **CONTRATADA** comprometer-se-á a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo às **CONTRATANTES** as vantagens obtidas.
 - 5.2.1.5 A **CONTRATADA** deverá obedecer às especificações da descrição dos serviços.
- 5.3 O prazo de execução do serviço objeto deste contrato será de 12 (doze) meses, contados a partir da data de assinatura deste Contrato.

- 5.4 Caso as **CONTRATANTES** constatem a existência de quaisquer irregularidades no que tange às especificações dos serviços, constantes no Anexo I da Concorrência 02/2023, poderá recusar sua aceitação quando da execução dos respectivos serviços e solicitar sua reexecução à **CONTRATADA**, no todo ou em parte, para que esta o refaça de acordo com o prazo estipulado pelas **CONTRATANTES**, sem qualquer ônus adicional à esta.
- 5.5 O descumprimento do prazo previsto implicará nas sanções previstas na Cláusula Décima Segunda deste Contrato.
- 5.6 No ato de entrega do objeto, a **CONTRATADA** deverá apresentar documento fiscal válido correspondente ao objeto.
- 5.7 A execução do serviço não será presencial e a entrega será feita presencialmente ou via nuvem a depender da demanda e interesse das **CONTRATANTES**.
- 5.7.1 Caso seja necessário reunião presencial, o local será o mesmo de faturamento previsto no item 6.3 deste Contrato, devendo a mesma ocorrer em horário comercial, de segunda a sexta-feira, das 9h às 17h, estando sujeito a alterações, mediante prévio comunicado das **CONTRATANTES**.
- 5.8 Todos os produtos, materiais, informações e bancos de arquivos audiovisuais gerados pelo projeto ou disponibilizados para sua realização são de propriedade das **CONTRATANTES**, sendo vedada qualquer forma de uso, divulgação ou cessão dos mesmos, no todo ou em parte, pela **CONTRATADA**, salvo com a autorização explícita das **CONTRATANTES**.
- 5.9 A **CONTRATADA** assegurará às **CONTRATANTES** garantia dos serviços prestados pelo período de vigência contratual.
- 5.10 A **CONTRATADA** obriga-se a entregar às **CONTRATANTES** o serviço, objeto do presente Contrato, inteiramente concluído, em condições de aceitação e de utilização em estrita observância ao prazo descrito na solicitação de serviço.

CLÁUSULA SEXTA – DO PAGAMENTO:

- 6.1 Pela prestação dos serviços, as **CONTRATANTES** pagarão à **CONTRATADA** os valores constantes dos serviços executados, sob demanda, conforme abaixo:

Subitem	Descrição	Valor Percentual
1.1	Desconto a ser concedido às CONTRATANTES em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Rio de Janeiro (Sinapro/RJ), vigente na data da solicitação a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados.	%
1.2	Honorários a serem cobrados das CONTRATANTES , incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do serviço.	%
1.3	Honorários a serem cobrados das CONTRATANTES , incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedidos pelos veículos de divulgação, conforme art. 11 da Lei 4.680/1965.	%

6.1.1 O valor anual estimado da contratação é de R\$ 12.000.000,00 (doze milhões de reais). As **CONTRATANTES** não são obrigadas a atingirem o valor mencionado durante a vigência do Contrato.

6.2 Os pagamentos à **CONTRATADA** serão efetuados em até 28 (vinte e oito) dias corridos, contados da execução do objeto e aceitação pelo fiscal das **CONTRATANTES**, conforme descrito na Cláusula 6.2.1, desde que a nota fiscal seja recebida sem incorreções e se dará, preferencialmente, por meio do boleto bancário. Caso não seja possível a emissão do boleto bancário, será admissível crédito em conta corrente da **CONTRATADA**.

6.2.1 O aceite definitivo das **CONTRATANTES** será dado em até 10 (dez) dias úteis após a entrega dos serviços. O referido aceite não exclui a responsabilidade da **CONTRATADA** por vícios de quantidade, de qualidade, técnico ou por desacordo com as especificações deste Contrato e no Anexo I do Edital da Concorrência 02/2023, verificados posteriormente ao recebimento do objeto.

6.2.2 Havendo erro na apresentação da nota fiscal, ou circunstância que impeça a liquidação da despesa, o pagamento ficará sobrestado até que a **CONTRATADA** providencie as medidas saneadoras, iniciando-se o prazo para pagamento, estabelecido no item 6.2 acima, somente após a comprovação da regularização da situação, sem ônus para a **CONTRATANTE**.

- 6.2.3 Na hipótese de pagamento via crédito em conta corrente, é dever da **CONTRATADA** informar e manter atualizados os dados bancários, cabendo-lhe comunicar à **CONTRATANTE**, de imediato, qualquer alteração.
- 6.2.3.1 Responsabilizar-se-á, integralmente, a **CONTRATADA** por pagamentos indevidos em razão da falta, erro de informação ou de atualização dos dados bancários.
- 6.2.4 Caso a **CONTRATADA** opte por faturar em nome da filial, esta condição deverá ser informada à **CONTRATANTE**, devendo a empresa emitir declaração relativa ao faturamento pelo CNPJ da filial, cabendo, ainda, anexar os documentos de regularidade pertinentes.
- 6.3 O faturamento e a cobrança serão efetuados através da emissão de notas fiscais separadas para as **CONTRATANTES**, conforme abaixo:
- 6.3.1 Razão Social: Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial - Senac
Endereço: Av. Ayrton Senna, 5.555, Jacarepaguá, Rio de Janeiro, RJ – CEP: 22775-004
CNPJ: 33.469.172/0001-68
Insc. Estadual: 78.049.006
Arquivo XML: recepcaonfe-scc@senac.br
Arquivo PDF: maria.zarro@senac.br e fernanda.cardozo@senac.br
- 6.3.2 Razão Social: Serviço Social do Comércio - Sesc
Endereço: Av. Ayrton Senna, 5.555, Jacarepaguá, Rio de Janeiro, RJ – CEP: 22775-004
CNPJ: 33.469.164/0001-11
Insc. Municipal: 106.391-0
Arquivo XML: scont@sesc.com.br
Arquivo PDF: dvidal@sesc.com.br e gsousa@sesc.com.br
- 6.4 A **CONTRATADA** deverá anexar, a cada nota fiscal, a comprovação da execução do serviço (evidência relacionadas ao objeto desenvolvido) e relatório/planilha contendo a descrição dos serviços e respectivos custos.
- 6.5 As notas fiscais deverão ser emitidas nos termos e limites da legislação tributária vigente nas esferas federal, estadual e municipal, já constando todos os tributos incidentes, a descrição do objeto contratado e o mês de referência.
- 6.6 A **CONTRATADA** deverá anexar, a cada nota fiscal, sempre que solicitado pelas **CONTRATANTES**, fotocópia dos documentos que comprovem sua regularidade fiscal, tais como:

- 6.6.1 Prova de regularidade para com a Fazenda Nacional, composta da Certidão Conjunta expedida pela Secretaria da Receita Federal do Brasil e pela Procuradoria Geral da Fazenda Nacional referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União, abrangendo, ainda, as contribuições previstas nas alíneas “a”, “b” e “c” do parágrafo único do art. 11 da Lei nº 8.212, de 24/07/1991, conforme Portaria Conjunta RFB/PGFN nº 1.751 de 02/10/2014.
- 6.6.2 Prova de regularidade relativa ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), composta da Certidão de Regularidade Fiscal (CRF) ou outro meio equivalente, no cumprimento dos encargos instituídos por lei.
- 6.7 É vedado à **CONTRATADA** negociar os títulos de crédito emitidos contra as **CONTRATANTES**, bem como a antecipação de pagamento de qualquer natureza.
- 6.8 O percentual constante do item 6.1 será fixo e irrevogável pelo período de vigência do Contrato.

CLÁUSULA SÉTIMA – DO REAJUSTE:

- 7.1 O percentual constante do item 6.1 será fixo e irrevogável pelo período de sua vigência.

CLÁUSULA OITAVA – DA FISCALIZAÇÃO:

- 8.1 A execução dos serviços objeto deste Contrato será fiscalizada pelas **CONTRATANTES**, pelos empregados **Sra. Maria Zarro** e/ou **Sra. Fernanda Cardozo** responsáveis pelo **Senac – Administração Nacional** e o **Sr. Daniel Vidal** e/ou **Sr. George Sousa** responsáveis pelo **Sesc – Administração Nacional**, que poderão fornecer à **CONTRATADA** orientação quanto à execução e qualidade exigidas na prestação dos serviços e, ainda, solicitar apresentação de relatório contendo todas as solicitações ocorridas no mês. A referida fiscalização não exime a **CONTRATADA** da responsabilidade no controle, fiscalização e execução dos serviços constantes neste Contrato.
- 8.1.1 Os empregados credenciados para fiscalização dos serviços serão investidos de plenos poderes para, diretamente ou através de auxiliares, exercer a fiscalização geral e total dos serviços ora contratados, tendo como atribuições principais:
- 8.1.1.1 Exigir da **CONTRATADA** a estrita observância às estipulações deste Contrato, à documentação a ele anexa, às normas das **CONTRATANTES** e à melhor técnica consagrada pelo uso para a execução dos serviços objeto do presente Contrato.

- 8.1.1.2 Suspender o serviço, total ou parcial, em qualquer tempo, sempre que, a seu critério, considerar esta medida necessária à regular execução deste, ou à salvaguarda dos interesses das **CONTRATANTES**.
 - 8.1.1.3 Recusar os métodos de trabalho ou processos de execução do serviço que, a seu critério, estejam em desacordo com as exigências e padrões técnicos e administrativos estipulados pelo presente Contrato.
 - 8.1.1.4 Controlar as condições de trabalho, ajustando com a **CONTRATADA** as alterações na sequência da execução que forem consideradas convenientes ou necessárias, e controlar tais condições de modo a exigir desta, na ocorrência de atraso nos serviços, a adoção de regime de trabalho diferente.
 - 8.1.1.5 Determinar os prazos para cumprir as exigências feitas.
- 8.2 A cada vez que a fiscalização das **CONTRATANTES** notificar o aviso de um defeito e o respectivo prazo de correção, começará o período de correção de defeito para o que a **CONTRATADA** foi informada. A mesma deverá corrigi-lo no prazo definido pelas **CONTRATANTES**. A **CONTRATADA** tem a responsabilidade de correção dos defeitos que ela própria identifique antes do fim do prazo de observação. As **CONTRATANTES** deverão certificar que todos os defeitos foram corrigidos.
- 8.3 A fiscalização exercida pelas **CONTRATANTES** não excluirá, nem reduzirá, a responsabilidade da **CONTRATADA** por controle, fiscalização, execução da prestação de serviço e qualquer irregularidade, inclusive perante terceiros.

CLÁUSULA NONA – DA SUBCONTRATAÇÃO:

- 9.1 As **CONTRATANTES** poderão admitir, a seu critério, subcontratação de partes da prestação de serviço objeto deste Contrato.
- 9.1.1 A subcontratação será de responsabilidade da **CONTRATADA**.
- 9.2 A **CONTRATADA** poderá optar por subcontratar determinados serviços, principalmente aqueles que por sua especialização requeiram emprego de empresas ou profissionais especialmente habilitados, desde que a subcontratação seja requerida por escrito e submetida à expressa autorização das **CONTRATANTES**.

- 9.1.1 As **CONTRATANTES** poderão exigir da **CONTRATADA** a apresentação de todos ou parte dos documentos de habilitação da(s) subcontratada(s) e somente após análise de toda a documentação as **CONTRATANTES** autorizarão a subcontratação.
- 9.1.2 A(s) licitante(s) que participaram da Concorrência 02/2023 não poderá(ão) ser subcontratada(s).
- 9.1.3 É vedado à **CONTRATADA** subcontratar os serviços na sua totalidade.
- 9.3 A **CONTRATADA** deverá apresentar as **CONTRATANTES** proposta(s) do fornecedor(es), contendo a especificação técnica do objeto a ser desenvolvido e valores, cabendo as **CONTRATANTES** a validação da empresa a ser subcontratada.
- 9.4 Caso autorizada, a subcontratação será de única, exclusiva e total responsabilidade da **CONTRATADA**.
- 9.4.1 Se autorizada a efetuar a subcontratação de parte dos serviços, a **CONTRATADA** realizará a supervisão e coordenação das atividades da subcontratada, bem como responderá perante as **CONTRATANTES** pelo cumprimento das obrigações contratuais correspondentes ao objeto da subcontratação, ficando a **CONTRATADA** responsável pelas obrigações com a Previdência Social, PIS, FGTS, dívidas trabalhistas e outras.
- 9.4.2 A **CONTRATADA** obriga-se a respeitar, rigorosamente, no que se refere a todos terceiros subcontratados, a legislação vigente sobre impostos, contribuições e taxas, segurança do trabalho, previdência social e acidentes do trabalho, por cujos encargos responderá unilateralmente em toda sua plenitude, por mais especiais que sejam.
- 9.5 As **CONTRATANTES** não terão nenhum vínculo com qualquer subcontratado, sendo a **CONTRATADA** a única responsável pela subcontratação.
- 9.6 Caso a **CONTRATADA** não execute, total ou parcialmente, qualquer dos itens ou serviços previstos, as **CONTRATANTES**, reservam-se o direito de executá-los diretamente ou através de terceiros. Ocorrendo a hipótese mencionada, a **CONTRATADA** responderá pelos custos e/ou garantias e/ou pagamento direto ficando sujeitas as sanções previstas no item 12 deste Contrato.

- 9.7 Em caso de serviços subcontratados, a **CONTRATADA** deverá providenciar a assinatura de termo de cessão, total e definitiva, dos direitos autorais e conexos incidentes sobre quaisquer obras e criações intelectuais desenvolvidas pelos subcontratados no âmbito do contrato de prestação de serviços firmados com a **CONTRATADA**. Após a assinatura, a **CONTRATADA**, na qualidade de titular da totalidade dos direitos autorais e conexos incidentes sobre tais obras e criações, cederá integralmente às **CONTRATANTES** os respectivos direitos autorais e conexos, mediante assinatura de contrato de cessão.
- 9.8 Caso os empregados da subcontratada necessitem ingressar em algum dos ambientes das **CONTRATANTES**, a **CONTRATADA** deverá solicitar prévia autorização e informar em lista o nome e dados dos mesmos.

CLÁUSULA DÉCIMA – DAS ALTERAÇÕES:

- 10.1 Nenhuma das disposições deste Contrato poderá ser considerada renunciada ou alterada, salvo se for especificamente formalizada por meio de Termo Aditivo. O fato de uma das partes tolerar qualquer falta ou descumprimento de obrigações da outra, não importa em alteração do Contrato e nem induz à novação, ficando mantido o direito de se exigir da parte faltosa ou inadimplente, a qualquer tempo, a cessão da falta ou o cumprimento integral da tal obrigação.
- 10.2 A **CONTRATADA** fica obrigada a acatar, nas mesmas condições deste Contrato, por ato unilateral das **CONTRATANTES**, os acréscimos que se fizerem necessários, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial, nos termos do art. 30 da Resolução Senac 958/2012.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DA NOVAÇÃO:

- 11.1 A não utilização, pelas **CONTRATANTES**, de qualquer direito a ela assegurado neste Contrato ou na Lei em geral, ou a não aplicação de quaisquer das sanções nele previstas, não importará em novações quanto a seus termos, não devendo, portanto, ser interpretada como renúncia ou desistência de aplicação ou de ações futuras.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DAS SANÇÕES POR INADIMPLEMENTO:

- 12.1 Será facultado às **CONTRATANTES** a aplicação das sanções abaixo, respeitados os princípios da ampla defesa e do contraditório, nos casos de inadimplemento, total ou parcial, por parte da **CONTRATADA**, em relação às condições contratuais:
- 12.1.1 Advertência.

- 12.1.2 Multa moratória de 1% (um por cento) do valor de cada solicitação em atraso, por dia de atraso, limitada a 30% (trinta por cento) do valor de cada solicitação em atraso.
- 12.1.3 Multa não compensatória de até 10% (dez por cento) do valor de cada solicitação em atraso, em caso de inadimplemento parcial, sem prejuízo da apuração das perdas e danos, que deverão ser demonstradas e comprovadas.
- 12.1.4 Multa não compensatória de até 20% (vinte por cento) do valor estimado do Contrato, em caso de inadimplemento total, sem prejuízo da apuração das perdas e danos, que deverão ser demonstradas e comprovadas.
 - 12.1.4.1 Respeitados o princípio do contraditório e o princípio da ampla defesa, o valor correspondente à multa poderá ser descontado das notas fiscais.
 - 12.1.4.2 Se porventura o valor da nota fiscal for insuficiente, fica a **CONTRATADA** obrigada a recolher a importância devida, por meio de depósito ou transferência bancária no prazo de até 10 (dez) dias corridos, após o recebimento da notificação escrita à parte em atraso, na conta bancária a ser informada pelas **CONTRATANTES**. Nesta hipótese, após a notificação para pagamento, fica a **CONTRATADA** obrigada a comprovar o recolhimento, mediante a apresentação da cópia do recibo do depósito efetuado.
 - 12.1.4.3 Decorrido o prazo de 10 (dez) dias corridos, para recolhimento da multa, o débito será acrescido de 1% (um por cento) de mora por mês/fração, inclusive referente ao mês da quitação/consolidação do débito, limitado o pagamento com atraso em até 60 (sessenta) dias corridos, e, após este prazo, o débito poderá ser cobrado judicialmente.
- 12.1.5 Rescisão.
- 12.1.6 Perda do direito à contratação com as **CONTRATANTES**.
- 12.1.7 Suspensão do direito de licitar ou contratar com as **CONTRATANTES**, por período de até 2 (dois) anos, conforme artigo 32 da Resolução Senac 958/2012.

12.2 A critério das **CONTRATANTES**, as sanções poderão ser cumulativas.

- 12.3 Antes da aplicação de qualquer penalidade será facultada à parte contrária o contraditório e ampla defesa, mediante envio de notificação escrita à **CONTRATADA**, qual deverá ser respondida no prazo de até 5 (cinco) dias úteis ou outro a ser fixado pelas **CONTRATANTES**.
- 12.4 As multas previstas nesta seção não têm caráter indenizatório, pelo que o seu pagamento não eximirá a **CONTRATADA** de ser acionada judicialmente pela responsabilidade da reparação dos eventuais danos, perdas ou prejuízos que seu ato punível venha causar às **CONTRATANTES**.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DA EXTINÇÃO:

- 13.1 O presente Contrato poderá ser extinto nas seguintes hipóteses:
- 13.1.1 Resilição a qualquer tempo, por quaisquer das partes, mediante comunicação por escrito, com antecedência mínima de 30 (trinta) dias corridos da data em que se pretender extingui-lo, momento em que deverão ser observadas as obrigações contraídas no período.
 - 13.1.2 Por descumprimento de quaisquer das Cláusulas, independente de ações legais.
 - 13.1.3 Em caso de dissolução ou liquidação societária insolvência ou em caso de falecimento quando se tratar de EIRELI.
 - 13.1.4 Quando, justificadamente, não for mais do interesse das **CONTRATANTES**.
 - 13.1.5 Atraso injustificado para conclusão do serviço por mais de 10 (dez) dias consecutivos ou ensejar retardamento da execução do objeto.
 - 13.1.6 Superveniente incapacidade técnica da **CONTRATADA**, devidamente comprovada.
 - 13.1.7 Negar-se a **CONTRATADA** a refazer qualquer trabalho realizado em desacordo com as especificações técnicas constantes deste Contrato e do Anexo I do Edital Concorrência 02/2023, no prazo que, para tanto determinar a fiscalização das **CONTRATANTES**.
 - 13.1.8 Apresentar documentação falsa, comportar-se de modo inidôneo, cometer fraude fiscal.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DA CONFIDENCIALIDADE:

- 14.1 A **CONTRATADA** se compromete a manter sigilo e confidencialidade sobre todas e quaisquer informações verbais ou escritas, cedidas ou reveladas por ocasião do presente Contrato e do termo de sigilo e confidencialidade em anexo, responsabilizando-se pela reparação de danos em caso de violação da obrigação ora assumida.
- 14.2 A **CONTRATADA** obriga-se a não usar ou revelar qualquer informação acerca da execução do presente Contrato, a terceiros, para quaisquer fins, sem o acordo prévio das **CONTRATANTES**. Esta obrigação subsistirá pelo período de vigência deste Contrato, bem como pelo período de 5 (cinco) anos contados da data do término ou da rescisão do presente Contrato.
- 14.3 Manter durante o período de, no mínimo 5 (cinco) anos após a extinção deste Contrato, acervo probatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e/ou materiais produzidos.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DA CESSÃO DE DIREITOS PATRIMONIAIS DE AUTOR E CONEXOS:

- 15.1 Pelo presente instrumento, a **CONTRATADA** cede às **CONTRATANTES**, a título total e definitivo, todos os direitos autorais e conexos sobre quaisquer obras e criações intelectuais por ela desenvolvidas no âmbito desta relação de prestação de serviços, bem como por terceiros subcontratados, nos termos do item 9.7 acima, garantindo às **CONTRATANTES**, em todos os países do mundo e em caráter de perpetuidade, sem ônus, pelo prazo de proteção autoral conferido a cada obra individualmente, nos termos da Lei 9.610/98, todos os direitos de utilização, comercialização, fruição e disposição sobre tais obras, em todas as modalidades de utilização previstas no art. 29 da Lei 9.610/98, nas mídias impressas, eletrônicas e digitais, sem restrições e/ou limitações de qualquer espécie, não devendo, por isso, as **CONTRATANTES** pagarem à **CONTRATADA** qualquer outro valor que não os percentuais estabelecidos na Cláusula 6.1, acima.
- 15.2 Em virtude presente cessão e na qualidade de detentor da totalidade dos direitos patrimoniais de autor e conexos sobre as obras e criações intelectuais, as **CONTRATANTES** poderão, a seu exclusivo critério, ceder e/ou licenciar, no todo e/ou em parte, os direitos cedidos pelo presente instrumento, bem como registrá-las nos órgãos competentes.

- 15.3 A **CONTRATADA** obriga-se a criar as obras e demais criações intelectuais com características de absoluta originalidade e ineditismo, e por isso responderá por toda e qualquer violação de direitos de terceiros, inclusive no que tange a indenizações, perdas, danos, lucros cessantes, custas judiciais e honorários advocatícios, que vier as **CONTRATANTES** a incorrer em decisão judicial transitada em julgado.
- 15.4 Convencionam as partes que todas as obras e criações intelectuais desenvolvidas pela **CONTRATADA** no âmbito deste Contrato, poderão ser livremente modificadas pelas **CONTRATANTES**, conforme julgarem necessárias, tais como, mas não limitado a: trabalhos de arte, criação, produção, direção, composição, arranjo entre outros., com o que a **CONTRATADA** desde já manifesta a sua concordância, comprometendo-se a não praticar qualquer ato, tanto na esfera judicial como extrajudicial, que impeça a utilização e/ou modificação de tais obras e criações intelectuais.
- 15.5 A presente cessão é firmada em caráter de absoluta exclusividade para com as **CONTRATANTES**, pelo que à **CONTRATADA** fica expressamente vedada para utilizar, licenciar e/ou ceder obras e criações intelectuais desenvolvidas no âmbito deste instrumento, para quaisquer fins, inclusive para criação de obras de outros gêneros, a qualquer tempo e título.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – DA PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS:

- 16.1 As partes obrigam-se a atuar no presente Contrato em conformidade com a legislação vigente sobre Proteção de Dados Pessoais e as determinações de órgãos reguladores/fiscalizadores sobre a matéria, em especial a Lei nº 13.709/2018 – Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD).
- 16.2 Na execução do objeto deste Contrato, nos termos do art. 5º, inciso VI e VII, da Lei nº 13.709/2018, as **CONTRATANTES** serão as controladoras e a **CONTRATADA** será a operadora dos dados pessoais. As obrigações e responsabilidades de cada uma das partes no tratamento de dados pessoais observarão as disposições previstas na legislação aplicável, além das Cláusulas constantes deste Contrato.
- 16.3 Fica estipulado que as partes deverão se adequar em caso de modificação dos textos legais indicados na Cláusula acima ou de qualquer outro, de forma que exija modificações na estrutura do escopo deste Contrato ou na execução das atividades ligadas a ele.

- 16.4 Se houver alguma disposição que impeça a continuidade do Contrato conforme as disposições acordadas, as **CONTRATANTES** poderão resolvê-lo sem qualquer multa, penalidade, ou indenização, apurando-se os serviços prestados e/ou produtos fornecidos até a data da rescisão e consequentemente valores devidos correspondentes.
- 16.5 A **CONTRATADA** deve dar ciência aos seus empregados, diretores, prepostos, clientes, fornecedores e parceiros sobre as legislações vigentes sobre Proteção de Dados Pessoais e garantir que possui todos os consentimentos e avisos necessários para permitir o tratamento de dados pessoais dos respectivos titulares a serem necessários para a execução do serviço.
- 16.6 A **CONTRATADA**, neste ato, garante as **CONTRATANTES** que todos os dados pessoais coletados, produzidos, receptados, classificados, utilizados, acessados, reproduzidos, transmitidos, distribuídos, processados, arquivados, armazenados, eliminados, avaliados ou controlados pela informação, modificados, comunicados, transferidos, difundidos ou extraídos em razão do presente Contrato, serão tratados em conformidade com as legislações vigentes aplicáveis, sob pena de indenização às **CONTRATANTES** pelos prejuízos que este venha a incorrer em razão de eventuais demandas judiciais ou administrativas, que sejam prejuízos, moral, material ou perdas e danos ocasionados as **CONTRATANTES**, seus empregados, clientes ou fornecedores e parceiros, tais como, mas não se limitando a, despesas como honorários advocatícios, custas judiciais e taxas administrativas.
- 16.7 A **CONTRATADA** se obriga a realizar a correção, eliminação, anonimização ou bloqueio de dados, quando notificada pelas **CONTRATANTES**, nos casos de requisição do titular de dados pessoais às **CONTRATANTES**.
- 16.8 A **CONTRATADA** deverá manter registro das operações de tratamento de dados pessoais que realizar, bem como deverá adotar as melhores práticas e implementar medidas técnicas e organizativas necessárias para proteger os dados contra situações, acidentais ou ilícitas, de destruição, perda, alteração, comunicação, difusão, acesso não autorizado, ou qualquer outra forma de tratamento inadequado ou ilícito, além de garantir a segurança no âmbito do tratamento de dados pessoais.
- 16.9 A **CONTRATADA** deverá notificar as **CONTRATANTES**, imediatamente, por *e-mail* aos fiscais indicados neste Contrato, em caso de reclamações e solicitações que venha a receber do titular de dados pessoais, bem como notificações, citações ou intimações judiciais ou administrativas em relação à conformidade com a proteção de dados identificadas em razão do presente Contrato.
- 16.10 A **CONTRATADA** deverá notificar as **CONTRATANTES**, por *e-mail* aos Fiscais indicados neste Contrato, em 24h (vinte e quatro horas), em virtude de:

- 16.10.1 Qualquer não cumprimento (ainda que suspeito) das disposições legais relativas à proteção de dados pessoais;
 - 16.10.2 Qualquer descumprimento das obrigações contratuais relativas ao processamento e tratamento dos dados pessoais; e
 - 16.10.3 Qualquer violação de segurança no âmbito das atividades da **CONTRATADA**.
- 16.11 As partes comprometem-se a cooperar entre si, auxiliando, na medida do razoável, no cumprimento de obrigações judiciais ou administrativas, de acordo com a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais aplicável, fornecendo as informações disponíveis e ações necessárias para documentar e eliminar a causa e os riscos impostos por quaisquer violações de segurança, com relação aos dados pessoais utilizados na execução do objeto do presente Contrato.
- 16.12 O disposto na Cláusula acima, ou eventual descumprimento de quaisquer deveres ou obrigações legais, contratuais, judiciais ou administrativos por uma das partes contratantes, não gera responsabilidade solidária ou subsidiária da outra parte, ficando somente a parte responsável, nos termos da lei, sujeita às sanções legais e contratuais pertinentes.
- 16.13 As **CONTRATANTES** terão o direito de acompanhar, monitorar, auditar e fiscalizar a conformidade da **CONTRATADA** com a Proteção de Dados Pessoais, sem que implique em qualquer diminuição da responsabilidade da **CONTRATADA**.
- 16.14 O presente Contrato não transfere a propriedade de quaisquer dados das **CONTRATANTES** ou dos seus empregados, clientes, fornecedores e parceiros para a **CONTRATADA**.
- 16.15 A **CONTRATADA** se obriga a não utilizar, compartilhar ou comercializar quaisquer dados pessoais, que se originem e sejam criados a partir do tratamento de dados pessoais, que tenha acesso em razão do presente Contrato.
- 16.16 Cada parte obriga-se a manter o mais absoluto dever de sigilo e confidencialidade relativamente a toda e quaisquer informações e dados pessoais tratados a que ela ou quaisquer de seus diretores, empregados e/ou prepostos venham a ter acesso, conhecimento ou que venha a lhe ser confiado em razão da celebração e execução deste Contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – DAS CONDIÇÕES AMBIENTAIS:

- 17.1 A **CONTRATADA** deverá atender aos critérios de sustentabilidade e observância às regras ambientais para atividade potencialmente poluidoras tais como:
- 17.1.1 Que sejam observados os requisitos sustentáveis ou de menor impacto ambiental.
- 17.2 A **CONTRATADA** se compromete a destinar, sempre que possível, todos os resíduos de forma ambientalmente correta, sempre priorizando materiais que sejam menos agressivos ao meio ambiente e possibilitem reutilização futura, bem como deverá dar ênfase nos princípios da redução, reutilização e reciclagem.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA – DAS DISPOSIÇÕES FINAIS:

- 18.1 Todas as comunicações relativas ao presente Contrato serão consideradas como regularmente feitas pelas **CONTRATANTES**, se entregues ou enviadas por carta protocolizada ou *e-mail* para o endereço da **CONTRATADA**.
- 18.2 A **CONTRATADA** declara ter ciência e se compromete a cumprir os princípios e regras contidos no Código de Ética das **CONTRATANTES**, dispostos nos *sites*: <https://transparencia.senac.br/#/dn/controle-interno-externo> e <http://transparencia.dn.sesc.com.br/uploads/documento/1/16/20220913140147-codigo-de-conduta.pdf>.
- 18.3 Qualquer mudança de endereço, denominação, de tipo societário ou alteração relativa à reorganização societária da **CONTRATADA** deverá ser imediatamente comunicada às **CONTRATANTES**.
- 18.4 Os prazos estipulados neste Contrato, para cumprimento das obrigações contratuais, vencem independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial.
- 18.5 Se alguma Cláusula ou condição deste Contrato for total ou parcialmente anulada judicialmente, tal nulidade afetará unicamente a disposição contratual pertinente, vinculando às partes ao restante deste Contrato, como se a disposição nula não o integrasse.
- 18.6 É vedado à **CONTRATADA** utilizar-se de marcas, logotipos ou expressões de propaganda das **CONTRATANTES**, a não ser mediante autorização desta por escrito.

- 18.7 Admitir-se-á a continuidade deste Contrato na hipótese de a **CONTRATADA** passar por operações de reorganização societária, tais como cessão ou transferência total ou parcial, transformação, fusão, cisão e incorporação, desde que sejam observados pela nova empresa os requisitos de habilitação previstos no Edital e em conformidade com a Resolução Senac 958/2012, e ainda, que sejam mantidas as condições inicialmente estabelecidas.
- 18.8 As partes convencionam que eventuais diferenças poderão ser compensadas ou deduzidas mediante prévia e expressa solicitação da parte interessada e consentimento da parte contrária.

CLÁUSULA DÉCIMA NONA – DO FORO:

- 19.1 As partes elegem o Fórum Regional de Jacarepaguá da Comarca do Estado do Rio de Janeiro, com renúncia a qualquer outro, por mais privilegiado que seja, para dirimir as questões que, porventura, surgirem na execução do presente Contrato.

Por estarem justas e de comum acordo, as partes assinam o presente Contrato (em 2 (duas) vias, de igual teor, e para um só efeito (somente para Contrato com assinatura física)), na presença das testemunhas abaixo assinadas.

Rio de Janeiro, (somente para Contrato com assinatura física)

Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial
Senac – Administração Nacional
CONTRATANTE

Serviço Social do Comércio
Sesc – Administração Nacional
CONTRATANTE

CONTRATADA

Testemunhas:

Nome
CPF

Nome
CPF

ANEXO I DO CONTRATO

TERMO DE COMPROMISSO, SIGILO E CONFIDENCIALIDADE

Considerando:

1. Que em razão da Cláusula Décima Quarta do Contrato de Prestação de Serviços N.º 2023XXX, doravante denominado **CONTRATO PRINCIPAL**, a **CONTRATADA** poderá ter acesso às informações confidenciais ou sigilosas das **CONTRATANTES**.
2. A necessidade de ajustar as condições de revelação dessas informações sigilosas, bem como definir as regras para o seu uso e proteção;

Resolvem celebrar o presente TERMO DE COMPROMISSO, SIGILO E CONFIDENCIALIDADE, vinculado ao CONTRATO PRINCIPAL, com as seguintes condições:

1. O acesso e uso das informações das **CONTRATANTES** pela **CONTRATADA** serão restritos à execução do CONTRATO PRINCIPAL, incluindo as informações:
 - Armazenadas e transmitidas por meios eletrônicos (correio eletrônico, fax, mensagem de texto e afins);
 - Armazenadas em qualquer tipo de mídia (pen drive, câmeras digitais, DVD, CD e afins);
 - Transmitidas em conversas formais e informais;
 - Impressas ou escritas em papel.
2. A gestão das informações das **CONTRATANTES** prima pela transparência, tanto em âmbito interno como em âmbito externo. Entretanto, algumas informações, seja no ato de geração, guarda, uso, transferência ou destruição, por seu caráter de ineditismo, cunho técnico, relacionadas a projetos específicos e/ou provenientes dos sistemas de informação, diretórios de rede e bancos de dados, às quais o usuário em geral tenha conhecimento por força das atividades profissionais desenvolvidas, deverão ser tratadas como confidenciais e sigilosas.
3. Fica a **CONTRATADA** obrigada a:
 - Identificar as pessoas que, em nome da **CONTRATADA**, terão acesso a informações sensíveis ou sigilosas das **CONTRATANTES**;

- Dar ciência e obter o aceite formal da Direção e pessoas que atuarão direta ou indiretamente na execução do CONTRATO PRINCIPAL sobre a existência deste TERMO e da Política de Segurança da Informação das **CONTRATANTES**, composta por diretrizes gerais, normas, procedimentos e regras, inclusive em relação à empresas subcontratadas;
 - Não revelar, fora do âmbito profissional, fato ou informação de qualquer natureza de que tenha conhecimento por força de atividades profissionais ou por fontes secundárias, salvo em decorrência de decisão competente na esfera legal ou judicial, bem como de autoridade superior;
 - Assumir, perante as **CONTRATANTES**, toda e qualquer responsabilidade, por seus empregados e prepostos, por violação dos dados confidenciais de que trata a Política de Segurança da Informação das Instituições;
 - Manter sigilo das informações pessoais contidas nas bases de dados, às quais tenha acesso por força das atribuições, abstando-se de revelá-las ou divulgá-las, sob pena de incorrer nas sanções civis e penais decorrentes de eventual uso indevido;
 - Manusear as bases de dados para atender especificamente ao objeto do interesse da pesquisa;
 - Não repassar a outrem as bases de dados em formato identificado;
 - Manter a cautela necessária quando da exibição de dados em tela, impressora, ou, ainda, gravação em meios eletrônicos, a fim de evitar que deles venham a tomar conhecimento pessoas não autorizadas.
4. Este Termo de Compromisso, Sigilo e Confidencialidade é parte integrante e inseparável do CONTRATO PRINCIPAL.
5. Caso a **CONTRATADA** não siga as instruções deste termo poderá sofrer penalidades previstas na Cláusula Décima Segunda do Contrato Principal, sem prejuízo da adoção de medidas judiciais cabíveis.

Rio de Janeiro,

CONTRATADA

ANEXO II DO CONTRATO

TABELA DO SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO RIO DE JANEIRO (SINAPRO/RJ).

LISTA DE CUSTOS REFERENCIAIS DE SERVIÇOS INTERNOS 2023

AO SENAC - GERÊNCIA DE AQUISIÇÃO, DEPARTAMENTO NACIONAL



27/03/2023: Versão 02

A edição desta Lista de Custos referenciais do SINAPRO-RJ é fruto de extensas discussões e pesquisas de mercado realizadas pela comissão formada após convocação do mercado. Em primeiro lugar é necessário agradecer os membros da comissão que assinam abaixo. A principal preocupação da comissão foi atualizar a lista de custos referenciais à luz da modernização e dos novos serviços prestados pelas agências associadas, em especial, os serviços digitais, uma resposta às demandas de nossas associadas que representa o compromisso desta entidade. É importante ressaltar que os itens e valores listados devem ser utilizados como referenciais de valores, não devendo, sob hipótese alguma, serem recorridos como tabela de valores.

A revisão da lista é um processo contínuo, por isso, convidamos todas as agências associadas a continuarem este processo e a compor a comissão para discussão de novos itens, valores e formas de cobrança para a próxima edição. Este é apenas um exemplo da importância de mantermos o mercado unido e atuante na busca pelo seu desenvolvimento e de sua valorização através do Sistema SINAPRO/FENAPRO.

Nas próximas semanas, a lista passará pela fase de diagramação para ganhar uma leitura mais convidativa e facilitar a busca de informações. Este documento é em via única para cada agência associada e é proibido o compartilhamento sem autorização do SINAPRO-RJ. Pessoas interessadas em obter uma cópia devem procurar o SINAPRO-RJ e obter sua via única e intransferível.

PHELIPE POGERE GONÇALVES
Presidente do Sinapro-RJ

Membros da Comissão:

Gustavo Bastos
Márcio Galvão
Bruno Richter
Geraldo Costa
João Luiz Netto
Leonardo Brossa
Lucas Daibert
Roberto Amarante

Validade a partir de 01 de março de 2023

LISTA DE CUSTOS REFERENCIAIS DE SERVIÇOS INTERNOS 2023



Presidente
PHELIPE POGERE GONÇALVES

Vice-Presidente
GUSTAVO IMPELLIZIERI DE MORAES BASTOS

Diretor Secretário
BRUNO DE MELLO E SILVA RICHTER

Diretor Tesoureiro
MÁRCIO PORTUGAL GALVÃO

CONSELHO FISCAL
Efetivos: RODRIGO AMADO MARTINS GERALDO ANDRÉ MACIEL COSTA ALBERTO MAZZA CÉSAR Suplentes: LILIAN LOBO MACHADO ANA CAROLINA TAVARES ERNANI RIBEIRO DE BRITO

Diretor Jurídico
JOÃO LUIZ NETTO

CRITÉRIOS GERAIS

Os critérios gerais seguem rigorosamente as Normas-Padrão da Atividade Publicitária editadas pelo CENP - Conselho Executivo das Normas Padrão, bem como a legislação da Indústria da Propaganda, particularmente a lei nº 4.680/65, e os Decretos nº 57.690/66 e nº 4.563/02.

CUSTOS INTERNOS

Os custos internos são cobrados tendo como referência os valores estipulados nesta Cartilha, e devem obedecer ao item 3.6 das Normas-Padrão do CENP.

CUSTOS EXTERNOS

São todos os custos dos serviços contratados com terceiros para a execução dos trabalhos dos clientes anunciantes e que são executados sob supervisão da agência.

PROJETOS ESPECIAIS

A cobrança de projetos, criação e redação de textos de materiais e outros serviços não previstos nesta tabela são de livre acerto entre a agência e o cliente.

SUPERVISÃO

Os custos de supervisão dizem respeito ao controle supervisor, feito ao longo do desenvolvimento dos trabalhos realizados interna e externamente pelas agências. Enquanto as primeiras atividades se referem à execução e ao acabamento do processo criativo, a supervisão representa o exame e o monitoramento que constantemente são realizados nesse transcurso pelos profissionais responsáveis.

HONORÁRIOS

Os honorários de agência à taxa de 15% (quinze por cento) incidentes sobre os custos dos serviços de terceiros devem seguir o estipulado nos itens 3.6.1 e 3.6.2 das Normas - padrão do CENP. Os honorários não incluem sobre os custos internos, impostos (exemplo IPI), encargos sociais e reembolso.

REEMBOLSO DE DESPESAS

Todos os gastos efetuados a serviço do cliente serão previamente autorizados e efetivamente comprovados, sendo debitados pelo preço de custo, sem incidência de honorários ou comissões. Os valores descritos e referenciais desta lista referem-se tão somente aos custos internos da agência e não incluem outros custos, como por exemplo, transporte, diárias, e entre outros.

Exemplos: viagens, diárias, transporte, alimentação, comunicação em geral, fotocópias, etc.

REFAÇÃO

Cliente e agências podem acordar sobre as refações. Quando não acordado, antes de aprovado e/ou finalizado o cliente pode solicitar seja refeita 2 (duas) vezes, após a primeira apresentação. A partir da terceira redação, a agência deverá ser remunerada pelo valor correspondente a 50% do valor originário de criação. O mesmo vale para alterações solicitadas após aprovação e/ou finalização da peça.

ADAPTAÇÃO DE MATERIAIS JÁ PRODUZIDOS

50% (cinquenta por cento) do valor original cada.

LISTA DE CUSTOS REFERENCIAIS DE SERVIÇOS INTERNOS 2023



PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE MARCA:

27/03/2023: Versão 02

123.921,00

PLANEJAMENTO DE MÍDIA:

Investiga as diversas variáveis envolvidas no diagnóstico de problemas e oportunidades para as marcas, como o consumidor, concorrentes, negócio, cultura, pontos de contato, histórico da empresa, características dos produtos. Desenvolvimento de estratégias de posicionamento, comunicação para impactar a imagem e a experiência das pessoas com as marcas e seus produtos.

82.135,00

PLANEJAMENTO DE LIVE MARKETING:

O Planejamento de Live Marketing abrange 4 áreas: **Ação Promocional, Ativação, Evento/Convenção e Campanha de Incentivo**. Cada área com escopo e sugestões específicas, discriminadas a seguir:

A) Planejamento de Ação Promocional (Promoção Comercial) e Ativação:

Por se tratar de matéria extremamente técnica, cabe ao planejamento alimentar a equipe de criação com estudos, pesquisas e históricos de mercado, buscando formas inéditas de engajamento e inovação e forma de mensuração de resultados. Apontar e avaliar todos os riscos legais além de indicar ou sugerir a melhor modalidade a ser utilizada na campanha, como sorteio, concurso, vale-brinde, self liquidated entre outras. No caso de ativação, avaliação do local, condições legais e logística são responsabilidade do planejamento.

B) Planejamento de Evento e Convenção:

Cabe à equipe de planejamento analisar o briefing e entregar ao cliente um diagnóstico com solução através de pesquisas e expertise profissional. Desenvolver a melhor solução para o trabalho do ponto de vista conceitual, estratégico, criativo e lógico também são tarefas do planejamento.

C) Planejamento de Campanha de Incentivo:

Avalia o tipo de público para o qual a campanha será direcionada, definindo métricas de pontuação, recompensas e mensuração de resultados. Define o tipo de premiação que mais se adequa ao público, pertinência e aceitação com o objetivo de adesão e engajamento. Atua como facilitador entre as áreas da agência, gerando conteúdo para a criação definir conceito, tema e implantação.

Planejamento de Ação Promocional:	82.135,00
Planejamento de Ativação:	63.400,00
Planejamento de Evento:	95.180,00
Planejamento de Convenção:	95.180,00
Planejamento de Campanha de Incentivo:	103.700,00

PLANEJAMENTO DIGITAL:	
Planejamento de Campanha em Canais Digitais:	
Abrange 2 áreas distintas: Planejamento estratégico de campanhas digitais e planejamento de mídia para campanhas digitais. Considera-se que as premissas globais como objetivos, metas, matriz swot e demais componentes de um planejamento estratégico da marca já foram feitos e implementados.	
PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE CAMPANHAS EM CANAIS DIGITAIS:	
A partir de briefing padrão com todas as informações referentes a campanha a ser planejada a equipe de planejamento, em conjunto com as equipes de BI e Mídia, desenvolverão o planejamento estratégico da campanha definindo: métodos de abordagem, personas alvo das ações, jornada do consumidor de acordo com o produto ou serviço objeto da campanha e objetivos a serem atingidos.	61.960,00
PLANEJAMENTO DE MÍDIA PARA CAMPANHAS EM CANAIS DIGITAIS:	
A partir de briefing padrão com todas as informações referentes a campanha a ser planejada, somadas as informações do planejamento estratégico da campanha, a equipe de mídia definine: Canais digitais que melhor atendem a estratégia definida, volume de mídia em cada canal, plano de mídia padrão com todo o detalhamento técnico dos canais escolhidos, KPIs, modelos e periodicidade de relatório para o cliente.	41.307,00
REDES SOCIAIS:	
Planejamento de Redes Sociais: O planejamento de redes sociais inclui definição dos objetivos, tipos de conteúdos, plataformas e canais, recursos a serem utilizados, persona da marca, métricas, definição de ferramentas para análise de desempenho e resultados.	41.307,00
PLANEJAMENTO PARA MÍDIAS SOCIAIS OU CANAIS DIGITAIS (por canal):	
O planejamento de redes sociais inclui definição dos objetivos, tipos de conteúdos, plataformas e canais, recursos a serem utilizados, persona da marca, métricas, definição de ferramentas para análise de desempenho e resultados.	20.653,50
PLANEJAMENTO DE CONTEÚDO (Sites, Portais):	
A partir de briefing e da análise do canal, prevê a defnição da jornada no canal, linguagem, formas de abordagem, fluxo e hierarquia de conteúdos.	20.653,50
PLANO DE INBOUND MARKETING:	
Prevê a análise e identificação de oportunidades na jornada de compra dos consumidores da marca possibilitando a geração, qualificação e nutrição de leads por meio do uso dos canais de marketing digital, mídia e de ferramentas de automação de marketing.	41.307,00
PLANEJAMENTO E IMPLANTAÇÃO DE SOCIAL LISTENING E MONITORAMENTO:	
Prevê análise dos canais e pontos de interação com o público, análise das melhores ferramentas para as necessidades, formas de implementação e implantação.	41.307,00
PLANEJAMENTO DE GESTÃO DE CRISE:	
Entendimento e definição dos principais pontos sensíveis da marca com potencial geração de crises, dos principais canais e formas de interação, de políticas de gestão de interações e atendimentonos, revisão e implantação de novas políticas e possível abertura de novos canais de atendimento com o objetivo de mitigar crises.	41.307,00
DIAGNÓSTICO COMPLETO DE MARCA:	

Análise completa sob diversos aspectos da marca.	41.307,00
DIAGNÓSTICO DIGITAL DE MARCA (por canal):	
Análise de determinado canal digital da marca, sob diversos aspectos.	13.780,00
PLANEJAMENTO DA RÉGUA DE RELACIONAMENTO:	
Análise da jornada de consumo com o objetivo de fixar as melhores formas, etapas e oportunidades para geração de conversão através de regras de relacionamento.	41.307,00
ESTUDO E CRIAÇÃO DE BRAND PERSONA OU BUYER PERSONA (individual):	
Estudo e pesquisa para entender as características que definem o perfil ou perfis de compradores da marca e o perfil que caracteriza a marca.	20.653,50
BENCHMARKING:	
Através de diferentes técnicas e pesquisa, busca trazer à tona marcas e projetos, concorrentes ou não, que são referência sob um ou mais aspectos e servem de inspiração, direcionamento e melhoria.	41.307,00
*Refação 50% cada, valores em Reais	

LISTA DE CUSTOS REFERENCIAIS DE SERVIÇOS INTERNOS 2023



CRIAÇÃO DE CAMPANHA			TOTAL
27/03/2023: Versão 02			44.379,00
ANÚNCIO REVISTA	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Página Dupla	9.800,00	4.900,00	14.700,00
1 Página	7.837,00	3.918,50	11.755,50
2/3 Página	6.266,00	3.133,00	9.399,00
1/2 Página	5.016,00	2.508,00	7.524,00
1/3 Página	4.006,00	2.003,00	6.009,00
ANÚNCIO JORNAL	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Página Dupla	11.782,00	5.891,00	17.673,00
1 Página	9.410,00	4.705,00	14.115,00
Rouba Página	7.404,00	3.702,00	11.106,00
1/2 Página	7.078,00	3.539,00	10.617,00
1/3 Página	6.665,00	3.332,50	9.997,50
1/4 Página	5.992,00	2.996,00	8.988,00
ANÚNCIO PUBLICIDADE LEGAL / BALANÇO			
Página Dupla	6.943,00		
1 Página	4.645,00		
Rouba Página ou 1/2 Página	3.653,00		
GRAVAÇÃO E TRANSMISSÃO DE MATERIAIS			
Página Dupla	4.136,00		
1 Página	2.066,00		
Rouba Página	1.480,00		

*Refação 50% cada, valores em Reais

1. Acrescentar os custos de fotos, ilustrações especiais e outros e serviços de terceiros, se for o caso.
2. Os custos referem-se à 1ª finalização.

*A partir da 2ª finalização do mesmo layout, sugerido 50% do valor, desde que os elementos da peça sejam os mesmos da original: título, texto, imagem, assinaturas.

*Variações devem ser consideradas como uma nova peça.

LISTA DE CUSTOS REFERENCIAIS DE SERVIÇOS INTERNOS 2023



MARCA / LOGOTIPO	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
27/03/2023: Versão 02	25.334,00	16.890,00	42.224,00
Marca / logotipo produto	20.269,00	13.509,00	33.778,00
Marca / logotipo imobiliário	16.217,00	10.806,00	27.023,00
Marca / logotipo eventos	17.730,00	13.509,00	31.239,00
Marca / logotipo - Reformulação	19.000,00	12.667,00	31.667,00
Manual de identidade visual (por lâmina)		2.215,00	2.215,00
Slogan	12.670,00		12.670,00
Selo comemorativo	9.281,00	5.800,00	15.081,00
Ícones e símbolos	918,00	725,00	1.643,00

* Planejamento, desenvolvimento e criação de manual de identidade visual: valor sob consulta conforme o projeto.

PAPELARIA	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Bloco de anotações	2.719,00	1.939,00	4.658,00
Cartão de visita / personalizado	3.227,00	1.559,00	4.786,00
Cartão visita - alteração de nome / endereço			465,00
Envelope simples	2.970,00	3.293,00	6.263,00
Envelope saco / ofício	3.263,00	2.113,00	5.376,00
Papel carta / ofício	2.970,00	1.839,00	4.809,00
Papel embrulho / presente	4.116,00	3.205,00	7.321,00
Pasta	5.107,00	3.513,00	8.620,00

MATERIAIS ESPECIAIS	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
House organ / jornal (por página adicional)	3.508,00	2.577,00	6.085,00
Relatório diretoria (até 36 páginas)	89.390,00	83.087,00	172.477,00
Relatório diretoria (por página adicional)	2.227,00	2.074,00	4.301,00
Embalagem para relatório de diretoria	13.403,00	9.260,00	22.663,00
Revista/Livro - projeto editorial*	126.122,00		126.122,00
Revista/Livro - finalização (por página)		1.813,00	1.813,00
Revista/Livro - capa (projeto editorial já existente)	3.984,00	3.117,00	7.101,00
Revista/Livro - miolo (por pág. projeto gráfico já existente)	3.545,00	2.233,00	5.778,00
Uniforme	14.727,00	9.107,00	23.834,00
Apresentações em PPT ou KeyNote / PDF	2210,00		
Template para PPT Capa	4.697,00		
Template para PPT Miolo com 4 variações	3.675,00		
Slide para apresentações	2.215,00		
Assinatura de E-mail	3.230,00		
Criacão de Padrão	3.227,00		
Alteração de assinatura - nome, cargo e e-mail	465,00		
EMBALAGEM	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Berço	18.122,00	8.836,00	26.958,00
Caixa de embarque	11.889,00	6.224,00	18.113,00
Caixa de display de produto	39.963,00	15.634,00	55.597,00
Cartela	9.624,00	5.738,00	15.362,00
Cartela com saco	13.475,00	7.650,00	21.125,00
Embalagem de produto	48.136,00	15.633,00	63.769,00
Embalagem - adaptação	14.437,00	15.633,00	30.070,00
Embalagem blister	14.825,00	9.208,00	24.033,00
Embalagens de linha de produtos*	192.563,00	62.536,00	255.099,00
Embalagem promocional	21.659,00	15.633,00	37.292,00
Luva	11.233,00	8.404,00	19.637,00
Mock-up (sem custo de terceiros)	36.825,00	14.728,00	51.553,00
Rótulo	9.623,00	5.658,00	15.281,00
Vinheta de embalagem	8.427,00	5.056,00	13.483,00
*Refação 50% cada, valores em Reais			

LISTA DE CUSTOS REFERENCIAIS DE SERVIÇOS INTERNOS 2023



ANÚNCIOS DISPLAY

27/03/2023: Versão 02

Master (quaisquer dimensões)	4.610,00
------------------------------	----------

Referência:	Estático	Animado
Adaptação (quaisquer dimensões)	2.500,00	3.500,00

Referência:	Por formato	18 GDN*
Replicação (Ajustes de especificações para outros veículos)	565,00	9.000,00

* Considerando horas de motion e replicação completa de uma campanha de display para a Rede Display Google (GDN), 18 formatos.

FORMATOS PUBLICITÁRIOS MAIS UTILIZADOS

Arranha-céu (Skyscraper)	120 X 600
Arranha-céu largo (Wide skyscraper)	160 x 600
Banner	468x60
Super banner (Cabeçalho)	728x90
Super banner expansível	728x90-728x300
Giga banner (Cabeçalho grande)	970x90
Retângulo	180 x 150
Retângulo médio	300 x 250
Retângulo grande	336 x 280
Retângulo vertical	240 x 400
Barra vertical	200 x 446
Quadrado	250 x 250
Quadrado pequeno	200 x 200
Meia página (Half page)	300 x 600
Outdoor (Billboard)	970 x 250
Dhtml / Floater	Variável até 72.200 pixels de área

MOBILE	
Feature Phones	
Small Banner	120x20
Medium Banner	168x28
Large Banner	216x36
Smart Phones - Web & APPs	
Banner e Banner Expansível	300x50
Wide Banner e Wide Banner Expansível	320x50
Interstitial	300x250
Importante: os custos de criação digital não incluem a produção das peças nas diferentes extensões GIF, FLASH, HTML5 etc.	
OUTRAS PEÇAS	FINALIZAÇÃO
Post simples/Stories/Anúncio Redes Sociais (jpg/gifs + texto)	4.347,80
Post Carrossel/Stories Carrossel (jpg/gifs + texto)	8.695,60
Cover para Redes Sociais	4.347,80
Card para WhatsApp	4430,60
Linkedin)	4430,60
Convite Digital (e-mail, WhatsApp ou Redes Sociais)	4430,60
Wallpaper/Descanso de tela	4.697,00
Observações:	
1) Adaptações de materiais já criados: 50% do valor original.	
2) Os preços de anúncio para tablet incluem animação e programação. Para anúncio estático, adicional 60%.	
WEBSITE	
Home, Empresa, Serviços, Galeria de Mídias, Formulário de Contato,	49.014,00
HOTSITE	
Hotsite tecnicamente a estrutura de seções menor e mais focada à lançamentos de promoções, concursos, eventos, entre outros. Possui um período de vida definido e precisa ter uma estratégia de comunicação bem elaborada, alinhada com a estratégia da campanha.	26.873,00
VÍDEOS CURTOS E CARTELADOS	
Vídeo digital para mídia indoor (cada)* 05"/10"/15" / 30" / 45"	30.000,00
Vídeos curtos para redes sociais/vídeos cartelados* até 15"	18.000,00
Vídeos curtos para redes sociais/vídeos cartelados* acima de 15"	30.000,00
Vinheta 5" ou 7" (vinheta de abertura e encerramento)	5.000,00
*Sem captação, sem locução, mas utilizando recursos como gifs, animação simples de imagens, motion graphics.	

MOBILE SITE	
Criação de layout de tela/página incluindo estudo de UX. Exemplo:Home, Empresa, Serviços, Galeria de Mídias (fotos, vídeos), Formulário de Contato, Formulário de Orçamento, Notícias, Clientes, Casos de Sucesso, Resultados de busca e telas de painel de Administração.	27.932,00
BLOG	
O Blog nada mais é que um website com foco em divulgar rapidamente informações de um modo simples e rápido.	19.024,00
LANDING PAGE	
Página criada exclusivamente como destino de uma campanha. Tem como principal objetivo informar o usuário sobre uma determinada ação, lançamento, promoção com foco em aumentar o engajamento e conversão.	15.000,00
1) Não incluem produção de conteúdo e ferramentas interativas não especificadas no escopo. orçados à parte. 3) Os preços são para criação de layout não inclui programação.	
E-MAIL MARKETING	
Criação e produção do HTML	
Criação de layout – conteúdo produzido a partir de briefing do cliente.	7.000,00
Criação e produção do HTML	
Criação de layout – Conteúdo especializado produzido pelo cliente.	5.000,00
Implantação de Plataforma de Marketing Automation	40.000,00
Implantação de Plataforma de Marketing Automation	40.000,00
Implantação de Data Management Platform (DMP)	40.000,00
Implantação de Plataforma de Web Analytics	40.000,00
Observação:Gestão de mídia digital - Valor com base na negociação de mídia tradicional podendo ser acrescido por outras formas de remuneração, a depender dos	
*Para cada refeção ou adaptação, sugerido adicional de 20% do custo do material criado.	
*Não inclui produção de conteúdo	

ADAPTAÇÃO DE CONTEÚDO PARA NOVOS CANAIS	
Adaptação de conteúdo existente para outro canal (rede social, portal, marketplace e outros).	1.200,00
CONTEÚDO PARA BLOG/SEO:	
Criação de conteúdo utilizando as orientações de SEO. Por lauda.	3.500,00
REDAÇÃO DE MENSAGEM DE TEXTO SMS/Aplicativos de texto:	
Redação de textos e links para comunicações ou campanhas em canal mobile SMS.	1.200,00
GESTÃO DA REDE DE INFLUENCIADORES DIGITAIS (quando não contratados sob a forma de mídia):	
Controle de todo o processo de trabalho com influencers para um determinado cliente. Inclui a escolha do influenciador, negociação e atividades descritas no item Roteirização e apresentação.	30.000,00
Levantamento e contato Digital Influencers/Marketing de Influência Sugestão Mídias (por canal):	15.000,00
Social listening - execução (por canal, sem fornecimento de plataforma) por 1.000 menções:	8.000,00
Monitoramento - execução (por canal, sem fornecimento de plataforma) por 1.000 menções:	8.000,00
Relatório de mídias sociais incluindo social listening/Monitoramento por canal:	6.000,00
DIÁRIA DE PRODUÇÃO DE CONTEÚDO IN LOCO DENTRO DA MESMA CIDADE DA AGÊNCIA:	
Baixa complexidade (6 horas, horário comercial)	14.000,00
Alta complexidade (6 horas, horário comercial)	20.000,00
DIÁRIA DE PRODUÇÃO DE CONTEÚDO IN LOCO FORA DA CIDADE:	
Baixa complexidade (6 horas, horário comercial) + reembolso das diárias e despesas de locomoção	21.000,00
Alta complexidade (6 horas, horário comercial) + reembolso das diárias e despesas de locomoção	30.000,00
*Refeição 50% cada, valores em Reais	

LISTA DE CUSTOS REFERENCIAIS DE SERVIÇOS INTERNOS 2023



- Estruturação de dados entrega em dashboards (por canal e valor por criação de dash mais abaixo):	7.000,00
27/03/2023: Versão 02	
- Análise de Campanhas (por campanha):	12.000,00
- Análise de Canais (por canal):	7.000,00
- Desenvolvimento de Modelos Preditivos:	45.000,00
- Estudos de Públicos/Netnografia:	25.000,00
- Criação de dashboard (por página):	6.500,00
- Manutenção/Atualização de dashboard (por página):	2.500,00

*Refação 50% cada, valores em Reais

LISTA DE CUSTOS REFERENCIAIS DE SERVIÇOS INTERNOS 2023



PDV, SINALIZAÇÃO E MATERIAIS DE APOIO	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
27/03/2023: Versão 02			
Adesivo Perfurado (vidro traseiro)	7.465,00	5.148,00	12.613,00
Backdrop / fundo de palco	5.359,00	3.623,00	8.982,00
Balcão promocional - comunicação visual	9.624,00	5.738,00	15.362,00
Bandeirola (por modelo)	4.470,00	3.279,00	7.749,00
Banner	5.359,00	3.507,00	8.866,00
Caixa / dispenser / urna	2.142,00	1.749,00	3.891,00
Capa de antena	9.624,00	5.738,00	15.362,00
Cavalete	5.360,00	3.507,00	8.867,00
Cubo / Totem	9.624,00	5.738,00	15.362,00
Displays (de chão/de vitrine/de ponta de gôndola)	9.624,00	5.738,00	15.362,00
Envelopamento de frota da empresa	11.733,00	7.821,00	19.554,00
Envelopamento / lona de caminhão	11.733,00	7.821,00	19.554,00
Faixa de gôndola	4.698,00	3.675,00	8.373,00
Forração de gôndola / bandô	2.142,00	1.749,00	3.891,00
Infláveis (Balão/blimp/réplicas/roof, etc)	2.317,00	2.146,00	4.463,00
Móvil	5.360,00	3.507,00	8.867,00
Painel / placa de PDV	4.583,00	3.625,00	8.208,00
Placa de identificação	917	724	1.641,00
Placa de inauguração	4.583,00	3.557,00	8.140,00
Placa ou adesivo para púlpito	2.142,00	1.749,00	3.891,00
Saia de mesa ou de palco	4.470,00	3.278,00	7.748,00
Tapume	5.359,00	2.351,00	7.710,00
Testeira de PDV ou de palco	4.470,00	3.278,00	7.748,00
Vending machine - comunicação visual	5.339,00	2.351,00	7.690,00
Wind Banner (por modelo)	4.470,00	3.278,00	7.748,00
Wobbler / stopper	2.795,00	2.466,00	5.261,00

MATERIAIS DIFERENCIADOS			
Cenografia (espetáculos, eventos, etc)		Custo por projeto	
Fachada de loja		Custo por projeto	
Mock-up de layout (montagem da peça)		Custo por projeto	
Stand para feira		Custo por projeto	
Vitrine		Custo por projeto	
BRINDES E MATERIAIS DE APOIO	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Bandeirinha / estandarte	2.368,00	2.134,00	4.502,00
Baralho / jogo americano	3.117,00	2.482,00	5.599,00
Boné / óculos / pulseira	2.407,00	1.929,00	4.336,00
Botton / imã de geladeira / caixa fósforo / balão	2.200,00	1.750,00	3.950,00
Camiseta / colete / avental	2.367,00	2.134,00	4.501,00
Chaveiro / pendrive / squeezer	2.200,00	1750	3.950,00
Copo / bolacha de chopp / guardanapo	2.200,00	1750	3.950,00
Gargaleira	1.974,00	1.482,00	3.456,00
Guarda-sol / toalha	2.367,00	2.134,00	4.501,00
Lápis / caneta / régua / mouse pad	1.867,00	1.636,00	3.503,00
Medalha / troféu / placa de homenagem	2.200,00	1750	3.950,00
Sacola / bolsa	2.827,00	1.753,00	4.580,00
Viseira / bandana / cachecol / gorro / leque	2.037,00	1.582,00	3.619,00
Outros brindes e materiais de apoio - valor mínimo	1.867,00	1.636,00	3.503,00
Outros brindes e materiais de apoio - valor máximo	3.117,00	2.482,00	5.599,00
*Refeição 50% cada, valores em Reais			

LISTA DE CUSTOS REFERENCIAIS DE SERVIÇOS INTERNOS 2023



MATERIAIS GRÁFICOS	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
27/03/2023: Versão 02			
Adesivos	1.974,00	1.169,00	3.143,00
Agenda (capa + miolo)	3.684,00	2.077,00	5.761,00
Book - capa	3.984,00	3.116,00	7.100,00
Book - miolo (por página)	3.545,00	2.233,00	5.778,00
Bula	5.936,00	4.828,00	10.764,00
Broadside (por lâmina, cada lado)	2.214,00	1.598,00	3.812,00
Caderno (capa + miolo)	6.018,00	4.202,00	10.220,00
Caixa de Pizza	2.141,00	1.749,00	3.890,00
Calendário simples	7.688,00	6.099,00	13.787,00
Calendário (por lâmina, cada lado)	3.842,00	3.049,00	6.891,00
Capa de catálogo / caderno / agenda / carnê	3.509,00	3.289,00	6.798,00
CD - capa / label	4.232,00	2.467,00	6.699,00
CD - encarte (por lâmina)	2.213,00	1.400,00	3.613,00
Cardápio - capa	3.509,00	3.289,00	6.798,00
Cardápio - miolo (por página)	2.806,00	2.631,00	5.437,00

Carta / circular	2.101,00	1.707,00	3.808,00
Cartão de natal / cartão-postal	7.396,00	3.395,00	10.791,00
Cartaz / pôster	5.358,00	3.984,00	9.342,00
Cartazete	4.698,00	3.675,00	8.373,00
Cinta / faixa	1.867,00	1.558,00	3.425,00
Convite com envelope	3.678,00	3.235,00	6.913,00
Convite sem envelope	3.502,00	3.059,00	6.561,00
Cupom / crachá / ficha de inscrição	2.943,00	2.793,00	5.736,00
Diploma / certificado	3.116,00	2.147,00	5.263,00
Display de mesa	4.443,00	3.513,00	7.956,00
Encartes diversos (por página)	3.502,00	3.245,00	6.747,00
Etiqueta / tag	1.867,00	1.636,00	3.503,00
Flyer / ingresso / volante	3.502,00	3.245,00	6.747,00
Folder / folheto / catálogo (por página)	2.214,00	1.801,00	4.015,00
Folheto técnico (por página)	2.214,00	2.258,00	4.472,00
Guia / cartilha (capa)	3.186,00	2.495,00	5.681,00
Guia / cartilha - miolo (por página)	2.214,00	2.257,00	4.471,00
Mala direta (por lâmina, cada lado)	3.502,00	3.245,00	6.747,00

Marcador de página / risque rabisque	1.974,00	1.413,00	3.387,00
Newsletter (por página)	2.214,00	2.257,00	4.471,00
Raspadinha	3.172,00	2.420,00	5.592,00
Rótulo promocional	4.443,00	3.514,00	7.957,00
Saco de Pão	2.827,00	1.754,00	4.581,00
Santinho	1.802,00	1.640,00	3.442,00
Tabela de preços / tablóide de ofertas (por página)	2.214,00	2.259,00	4.473,00
Testeira de computador	3.502,00	3.246,00	6.748,00
DIVERSOS	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Mapa localização (mínimo)	3.394,00	2.107,00	5.501,00
Mapa localização (máximo)	4.645,00	3.166,00	7.811,00
Tabela / gráfico (mínimo)	1.059,00	1.242,00	2.301,00
Tabela / gráfico (máximo)	3.512,00	4.222,00	7.734,00
VALORES UNITÁRIOS:			
Digitalização de imagem Valor unitário			436,00
Tratamento de imagem / sistema Valor por hora de sistema			1.265,00
Vetorização de logotipos Valor unitário			1.279,00
PRINT			
Formato A3			292,00
Formato A4			143,00
PROVA DIGITAL			
Formato A3			879,00
Formato A4			864,00
ILUSTRAÇÃO			
Simples 2D – Valor por Hora - (não inclui personagem/mascote)			1.265,00
OBS: Não estão inclusos custos de diagramação e tratamento de imagens.			
*Refação 50% cada, valores em Reais			

LISTA DE CUSTOS REFERENCIAIS DE SERVIÇOS INTERNOS 2023



PRODUÇÃO MULTIMÍDIA

27/03/2023: Versão 02

Roteiro de peça audiovisual para podcasts, webseries e outros produtos digitais	15.864,00
Roteiro de filme/VT 15"/30"/45"/60"	31.727,00
Texto de Jingle / trilha 30" / 60"	14.271,00
Letreiro / cartela para TV	761,00
Merchandising - texto para TV / rádio	7.131,00
Texto de spot 30" / 60"	7.131,00
Storyboard (por quadro)	594,00
Roteiro para vídeos de internet, redes sociais e dooh	15.864,00

Observação: serão acrescidos custos de terceiros: estúdio de som, cachês de locutor, modelos, apresentadores, figurantes, cartelas, produção, direção, gravação, fita, cópias etc.

*Refação 50% cada, valores em Reais

LISTA DE CUSTOS REFERENCIAIS DE SERVIÇOS INTERNOS 2023



MÍDIA EXTERIOR	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
27/03/2023: Versão 02			
Busdoor - interno / lateral / traseira:	7.465,00	5.147,00	12.612,00
Empena / fachada:	9.776,00	6.518,00	16.294,00
Envelopamento de ônibus / vagão (metrô/trem):	11.732,00	7.821,00	19.553,00
Envelopamento de prédio / trio elétrico:	11.732,00	7.821,00	19.553,00
Faixa de rua:	3.676,00	2.376,00	6.052,00
Outdoor (simples/backlight /frontlight):	10.540,00	4.272,00	14.812,00
Painel de estação / plataforma (metrô/trem):	9.265,00	3.756,00	13.021,00
Painel banca de jornal (traseira/lateral):	9.265,00	3.756,00	13.021,00
Placa indicativa de rua:	4.471,00	3.281,00	7.752,00
Sanca / cartaz (ônibus/metrô/trem):	7.465,00	3.959,00	11.424,00
MOBILIÁRIO URBANO	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Painel de abrigo de ônibus	9.900,00	3.756,00	13.656,00
Painel de relógio de rua	9.900,00	3.756,00	13.656,00
Testeira de abrigo de ônibus	7.465,00	3.959,00	11.424,00
MÍDIA INDOR	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
*(shopping, restaurante, academia, aeroporto, supermercado, elevador, etc)			
Adesivação de balcão promocional	5.359,00	3.555,00	8.914,00
Adesivo de chão / de mesa / espelho banheiro	5.359,00	3.555,00	8.914,00
Adesivo de elevador / lateral de escada rolante	5.359,00	3.555,00	8.914,00
Adesivo de vitrine	7.464,00	5.051,00	12.515,00
Banner/cartazMall (avenida/corredorshopping)	7.464,00	5.051,00	12.515,00
Cancela de estacionamento	4.317,00	3.885,00	8.202,00
Encosto de cabeça	4.696,00	3.605,00	8.301,00
Refação: adicional de 50%			