

CHAMAMENTO PÚBLICO**SELEÇÃO COM DISPUTA Nº 010/2026 – SESI SENAI-DR/AP**

ENTIDADES: SESI/SENAI-DR/AP	
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº: 073/2026	TIPO: TÉCNICO E ECONÔMICO
ABERTURA: 04/05/2026	HORÁRIO: 09h
LOCAL: Sede Administrativa do SENAI/SESI, localizada na Av. Padre Júlio Lombaerd nº.2000, bairro Santa Rita, Macapá/AP.	

O Serviço Social da Indústria- SESI-DR/AP e o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial – SENAI-DR/AP, por intermédio da comissão de seleção, torna pública a realização da seleção com disputa, na forma **FECHADA**, adotado o critério **TÉCNICO E ECONÔMICO**, que se regerá pelo Regulamento para Contratação e Alienação do SESI SENAI (RCA), aprovado pela Resolução nº 14/2023 – CN/SESI SENAI, devidamente publicado nos Portais da Transparência do SESI/SENAI, bem como, pelas disposições deste Chamamento Público e de seus anexos.

1. DO OBJETO

1.1. O presente processo tem como objeto a contratação de empresa especializada na prestação de serviços de publicidade e propaganda para atender as demandas das instituições SESI/AP e SENAI/AP, em conformidade com o termo de referência, e demais anexos.

1.2. Poderão também ser demandados à agência de propaganda contratada os seguintes serviços:

- a) Planejamento, criação, desenvolvimento, execução e análise de pesquisas de mercado e de opinião e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;
- b) Assessoramento e apoio no planejamento e na execução de planos de comunicação;
- c) Elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual;
- d) Assessoramento no desenvolvimento de produtos e serviços;
- e) Elaboração, criação, execução, distribuição e controle de veiculação de peças gráficas, peças eletrônicas e campanhas publicitárias institucionais ou mercadológicas para os produtos, serviços e eventos internos e externos do SESI/AP e SENAI/AP;
- f) Elaboração e desenvolvimento de campanhas de Endomarketing;
- g) Elaboração e desenvolvimento de campanhas de marketing de guerrilha;
- h) Serviços de editoração e impressão de trabalhos da Gerência de Comunicação Corporativa, tais como: jornais, folders, informativos, periódicos, convites e panfletos;
- i) Desenvolvimento de material gráfico;
- j) Controle das inserções publicitárias nos veículos de divulgação do SESI/AP e SENAI/AP, tais como jornal impresso, jornal *on line*, programas de tv, programas de rádio, dentre outros;
- k) Assessoramento e apoio ao planejamento e execução de teleconferências e outras modalidades de eventos com transmissão via satélite e dos demais serviços destinados ao atendimento das necessidades de comunicação do SESI/AP e SENAI/AP;

- l) Desenvolvimento e assessoria na execução de projetos de montagem e decoração de estandes para feiras e eventos com a participação do SESI/AP e SENAI/AP.

1.3. Os serviços previstos no item 1.2 e que se incluam no âmbito de atuação das agências de publicidade poderão ser executados diretamente pelo SESI/AP e SENAI/AP, sem que caiba qualquer direito à Contratada, ou mesmo direito de preferência, constituindo-se mera expectativa em favor da Contratada.

1.4. Será permitida a subcontratação de serviços de produção de comunicação, desde que mediante prévia autorização do **SESI SENAI/AP**, à vista da apresentação de três orçamentos coletados pela empresa contratada, salvo comprovada impossibilidade.

2. DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

2.1. Os serviços definidos terão o valor estimado da contratação no importe total de **R\$ 700.000,00, sendo R\$ 350.000,00 para o SESI e R\$ 350.000,00 para o SENAI.**

3. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

3.1. Poderão participar deste certame pessoas jurídicas legalmente estabelecidas no Brasil, cujo objeto social expresse no estatuto ou contrato social especifique atividade pertinente e compatível com o objeto do presente processo, ou seja, agências de propaganda que sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965 e Decreto Nº 57.690, de 1º de fevereiro de 1.966, e que atendam às condições previstas neste Chamamento e seus anexos.

3.2. Não poderá participar da presente seleção com disputa:

- a) Consórcio de pessoas jurídicas;
- b) Pessoa jurídica impedida de licitar ou contratar com as entidades SESI e SENAI;
- c) Pessoa jurídica sob recuperação judicial, concordata, concurso de credores, dissolução ou liquidação;
- d) Pessoa jurídica cujos diretores, responsáveis legais ou técnicos, membros de conselho técnico, consultivo, deliberativo ou administrativo, ou sócio, sejam dirigentes ou empregados das entidades SESI/AP e SENAI/AP;
- e) Pessoa jurídica do mesmo grupo econômico ou com os mesmos sócios de outra que esteja participando desta seleção;
- f) Empresas declaradas inidôneas para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, conforme consulta no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS).
- g) Pessoa jurídica declarada inidônea pelo Tribunal de Contas da União, nos termos do art. 46 da Lei nº. 8.443/1992.

3.3. É, ainda, vedada a participação de agência, nas condições abaixo:

- a) com controle acionário ou diretivo pertencente, direta ou indiretamente, a veículo de divulgação ou a pessoa física que participe direta ou indiretamente do controle acionário ou diretivo do veículo;
- b) empregado ou dirigente de quaisquer entidades operacionalmente vinculadas ao veículo de divulgação;
- c) ex-empregado ou ex-dirigente de quaisquer entidades operacionalmente vinculadas ao veículo de divulgação, até 180 (cento e oitenta) dias da data da respectiva demissão.

3.4. No dia, local e horário estabelecidos no preâmbulo este Chamamento Público, as participantes interessadas entregarão o credenciamento, os documentos e as propostas técnicas e de preço a Presidente da Comissão de Seleção, em 05 (cinco) envelopes fechados, contendo cada um, assim identificados:

ENVELOPE Nº 1 - DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

SERVIÇO SOCIAL DA INDÚSTRIA – Sesi/AP

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM INDUSTRIAL – SENAI/AP

COMISSÃO DE SELEÇÃO

SELEÇÃO COM DISPUTA Nº 010/2026

Razão Social da Participante

CNPJ

Representante Legal

ENVELOPE Nº 2 – PROPOSTA TÉCNICA - (VIA NÃO IDENTIFICADA)

(Envelope a ser fornecido pelo Sesi/SENAI, a partir do dia 27/04/2026 das 9h às 11h30 e das 14h30 às 17h30, no endereço citado no preâmbulo deste chamamento, não deverá conter qualquer identificação, etiqueta ou rubrica)

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – CAMPANHA SIMULADA

SERVIÇO SOCIAL DA INDÚSTRIA – Sesi/AP

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM INDUSTRIAL – SENAI/AP

COMISSÃO DE SELEÇÃO

SELEÇÃO COM DISPUTA Nº 010/2026

Plano de Comunicação Publicitária deverá conter: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia.

É **vedada** conter qualquer informação, marca, sinal, etiqueta, rubrica, rasura ou qualquer outro elemento que identifique a participante no envelope **VIA NÃO IDENTIFICADA**, o não cumprimento deste dispositivo acarretará em **DESCLASSIFICAÇÃO DO CERTAME**.

ENVELOPE Nº 3 – PROPOSTA TÉCNICA - (VIA IDENTIFICADA)

(Envelope a ser providenciado pela participante).

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – CAMPANHA SIMULADA

SERVIÇO SOCIAL DA INDÚSTRIA – Sesi/AP

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM INDUSTRIAL – SENAI/AP

COMISSÃO DE SELEÇÃO

SELEÇÃO COM DISPUTA Nº 010/2026

Razão Social da Participante

CNPJ

Representante Legal

A **Via Identificada** do **Plano de Comunicação Publicitário** terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa.

ENVELOPE Nº 4 – PROPOSTA TÉCNICA - (VIA IDENTIFICADA)

(Envelope a ser providenciado pela participante).

CONJUNTO DE INFORMAÇÕES REFERENTE AO PROPONENTE

SERVIÇO SOCIAL DA INDÚSTRIA – SESI/AP

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM INDUSTRIAL – SENAI/AP

COMISSÃO DE SELEÇÃO

SELEÇÃO COM DISPUTA Nº 010/2026

Razão Social da Participante

CNPJ

Representante Legal

O Conjunto de Informações Referente ao Proponente deverá conter: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

ENVELOPE Nº 5 – PROPOSTA DE PREÇOS

(Envelope a ser providenciado pela participante).

SERVIÇO SOCIAL DA INDÚSTRIA – SESI/AP

COMISSÃO DE SELEÇÃO

SELEÇÃO COM DISPUTA Nº 010/2026

Razão Social da Participante

CNPJ

Representante Legal

3.5. Não serão recebidos envelopes encaminhados por via postal, mesmo autenticadas, e tampouco quando forem entregues em local diferente ao indicado no preâmbulo.

3.6. Todas as folhas da documentação da habilitação, proposta (s) técnica (s) e proposta (s) de preço deverão ser entregues na ordem sequencial solicitada, com numeração de página. Tal medida visa salvaguardar os interesses dos participantes no aspecto de segurança e transparência do processo de seleção. O não atendimento ao solicitado implicará na perda do direito a futuras reclamações quanto a um eventual extravio de documento durante a tramitação do processo.

3.7. A participação na presente seleção implica aceitação integral e irrevogável dos termos e condições deste Chamamento Público e dos seus Anexos, bem como do Regulamento de Contratação e Alienação (RCA).

4. DO CREDENCIAMENTO DO REPRESENTANTE

4.1. A participante se fará representar nesta por meio de pessoa física devidamente credenciada:

- a) Cada participante far-se-á representar por seu titular, mandatário constituído ou pessoa devidamente munida de credencial, sendo que somente estes poderão rubricar a documentação e

intervir nas fases do procedimento de seleção, respondendo, assim, para todos os efeitos, por sua representada, devendo ainda, no ato de entrega dos envelopes, identificar-se exibindo a **carteira de identidade ou outro documento equivalente, tendo representante nacionalidade estrangeira, deverá apresentar prova de permanência no País.**

- b) **O credenciamento far-se-á por meio de instrumento público de procuração ou instrumento particular, neste último, juntamente com o estatuto, contrato social ou documento equivalente da participante representada, atualizado, com poderes para praticar, em nome da empresa, todos os atos pertinentes ao certame, que deverá ser apresentado à CEL fora dos envelopes.**
- c) Em caso de sócio proprietário, dirigente ou assemelhado da participante, o credenciamento far-se-á pela apresentação de cópia do respectivo estatuto, contrato social ou documento equivalente, atualizado, no qual estejam expressos seus poderes para exercer direitos e assumir obrigações.

4.2. Poderá a participante fazer, a qualquer tempo, mediante a verificação dos documentos de credenciamento, a indicação ou substituição de sua representante, apresentando justificativa pela substituição.

4.3. Nenhuma pessoa, ainda que munida de procuração, poderá representar mais de uma participante, sob pena de as demais outorgantes perderem o seu direito à representação nas sessões públicas.

4.4. A ausência de documento hábil de credenciamento ou representação não impedirá o representante de participar da seleção, **mas o impedirá de praticar qualquer ato durante o procedimento.**

4.5. **Os envelopes serão recebidos pela Comissão somente no momento da abertura da sessão e deverão estar devidamente lacrados sob pena de desclassificação da participante caso haja violação no lacre.**

5. DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

5.1. Para fins de habilitação, as participantes deverão apresentar a seguinte documentação:

I - Relativos à Habilitação Jurídica:

- a) Cédula de identidade;
- b) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado nos órgãos competentes, acompanhados de todas as alterações ou apresentados em documento consolidado;
- c) Ato de nomeação ou de eleição dos administradores, devidamente registrado no órgão competente, na hipótese de terem sido nomeados ou eleitos em separado, sem prejuízo da apresentação dos demais documentos exigidos na alínea anterior.
- d) Prova de registro, no órgão competente, no caso de empresário individual;

II - Relativos à Regularidade Fiscal:

- a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ);
- b) Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se houver relativo ao domicílio ou sede do participante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o

objeto contratual;

- c) Prova de regularidade para com as Fazendas Federal, Estadual e Municipal do domicílio ou sede da participante, na forma da lei;
- d) Prova de regularidade relativa à Seguridade Social e ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), no cumprimento dos encargos instituídos por lei;
- e) Certidões de não contribuinte, quando a participante se enquadrar como tal;

III - Relativa à Qualificação Técnica:

a) Comprovante de registro ou inscrição no Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP;

b) Comprovação de aptidão para o desempenho de atividade pertinente e compatível, em características, quantidades e prazos com o objeto da seleção, por meio da apresentação de 01 (um) ou mais atestados, fornecidos por pessoa jurídica, de direito público ou privado, de que já prestou ou presta satisfatoriamente serviço da mesma natureza ou similar ao objeto. O atestado deverá conter o ano de início e término da execução dos serviços, caso já tenha sido finalizada, além das seguintes informações:

1. Nome, CNPJ e endereço completo do emitente da certidão;
2. Nome da empresa que prestou o serviço ao emitente;
3. Data de emissão do atestado ou da certidão;
4. Assinatura e identificação do signatário (nome, cargo ou função que exerce junto à emitente).

5.2. Entende-se por serviços de natureza similar ao objeto, aqueles relacionados a publicidade e/ou propaganda.

5.3. Qualquer informação **incompleta** ou inverídica constante dos documentos de qualificação técnica apurada pela Comissão, mediante simples conferência ou diligência, implicará na inabilitação da respectiva participante.

IV - Relativos à Qualificação Econômico-Financeira:

- a) Certidão negativa de falência ou concordata, expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, ou de execução patrimonial, expedida no domicílio da pessoa física;
- b) Capital mínimo ou patrimônio líquido mínimo de R\$ 70.000,00 (setenta mil reais) equivalente a 10% do valor estimado do contrato.

V - Declarações:

- a) **Declaração especial** constante no anexo III.

5.4. Os documentos supracitados poderão ser apresentados por cópias autenticadas ou em cópia simples acompanhados dos originais para serem conferidos pela Comissão de Seleção, entregues, preferencialmente, na mesma ordem em que eles se encontram aqui descritos.

5.5. As certidões, documentos e inscrições deverão ser datados dos últimos 60 (sessenta) dias até a data de abertura do envelope documentação, quando não tiver prazo estabelecido pelo órgão competente expedidor.

5.6. A Comissão poderá efetuar diligências a fim de comprovar a veracidade e autenticidade das informações e dos documentos apresentados pelas participantes, inclusive quanto à regularidade fiscal que poderá ser comprovada mediante pesquisa nos sítios oficiais na internet.

5.7. A Comissão de Seleção a seu exclusivo juízo e para melhor exame e avaliação dos documentos apresentados, poderá suspender os trabalhos, fixando, desde logo, nova data para a divulgação do julgamento e prosseguimento da seleção.

5.8. Serão inabilitadas as empresas que não tenham atendido às condições estabelecidas neste item.

5.9. A Comissão de Seleção e a Comissão Técnica poderá, no interesse das Contratantes, relevar omissões puramente formais nos documentos de Habilitação e Propostas apresentados pelas participantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta seleção e possam ser sanadas no prazo a ser fixado pela Comissão de Seleção.

6 - DA PROPOSTA TÉCNICA – ENVELOPES – Nº 2, Nº 3 e Nº 4

6.1 - As empresas interessadas deverão apresentar suas propostas técnicas devidamente encadernadas, de acordo com o exigido neste Chamamento Público.

6.2. **Os envelopes de nº 2, nº 3 e nº 4** deverão conter propostas técnicas, compostas por dois Planos de Comunicação Publicitários (um para o SESI e outro para o SENAI- campanha simulada) e pelo conjunto de Informações do proponente, apresentadas sem emendas, rasuras ou entrelinhas.

6.2.1. As propostas técnicas deverão ser apresentadas em **3 (três)** envelopes distintos, sendo o envelope nº 2 para a **via não identificada dos Plano de Comunicação Publicitário (campanha simulada)**, envelope de nº 3 para **via identificada dos Plano de Comunicação Publicitário** e o envelope nº 4 para o **Conjunto de informações referentes ao Proponente**, integrantes da proposta técnica que consistirá de um conjunto de textos anexos e deverá atender aos seguintes requisitos:

- a) Serem redigidos em língua portuguesa – salvo quanto a expressões de uso corrente – com clareza, sem emendas, entrelinhas ou rasuras
- b) Terem as páginas numeradas sequencialmente, por envelope;
- c) Com exceção do material a ser acondicionado no envelope de nº 2 (via não identificada), que não poderá ter qualquer identificação do participante, os textos e anexos dos demais envelopes deverão conter timbre da empresa, endereço completo, número do telefone, bem como referência a esta seleção, e deverão estar assinadas em sua parte final e rubricadas, em todas as folhas pelo representante legal da empresa.

6.2.2. **Nos Planos de Comunicação Publicitários**, os textos, para cada plano, não poderão exceder 8 (oito) páginas, com no máximo 30 (trinta) linhas cada uma. Os anexos, para cada tópico que os admita, não serão superiores à 5 (cinco).

6.2.3. **No Conjunto de Informações do proponente**, os textos, no total, não poderão exceder 25 (vinte e cinco) laudas, com no máximo 30 (trinta) linhas cada uma. Os anexos, para cada tópico que os admita, não serão superiores à 5 (cinco).

6.2.4. O invólucro destinado à apresentação da via não identificada dos Planos de comunicação publicitário – Envelope nº 2 será padronizado e fornecido previamente pela Comissão de Seleção, sem nenhum tipo de identificação da participante.

6.2.4.1. A participante, através dos seus representantes legais devidamente credenciados, deverá retirar junto à Comissão de Seleção, em até 02 (dois) dias úteis anteriores a data da realização do certame, no local indicado no preâmbulo deste Chamamento, o envelope padronizado destinado à apresentação da via não identificada do **Plano de Comunicação Publicitário**.

6.2.5. A **via identificada** do plano de comunicação publicitária, conteúdo do envelope nº 3, terá o mesmo teor da via não identificada (envelope nº 2), **sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa**.

6.3. Para efeito de avaliação nesta fase a participante deverá apresentar uma **campanha simulada** sobre o tema hipotético, conforme “Briefing” (anexo) com verba referencial de **R\$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil)**, tendo como público-alvo a população de Santana e Regiões, contendo Plano de Comunicação Publicitário e o Conjunto de Informações Referentes ao Proponente, que dispõe o item 7 deste Chamamento.

7. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIO – 2 (dois) envelopes - UM PARA A VIA NÃO IDENTIFICADA E UM PARA VIA IDENTIFICADA.

7.1. Os planos de comunicação publicitários (via não identificada) deverão ser elaborados com observância às seguintes regras:

- a) redigido em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza e sem emendas, rasuras ou entrelinhas que dificultem o seu perfeito entendimento;
- b) em papel A4, cor branca;
- c) com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- d) sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- e) com textos “justificados”;
- f) com espaçamento “simples” entre as linhas;
- g) com texto em fonte “Arial”, corpo 12, salvo as exceções eventualmente feitas neste Anexo;
- h) com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- i) em caderno único, encadernado, com espiral preto, com capa frontal, transparente, e contracapa, na cor preta.

7.2. As tabelas, gráficos e planilhas dos Planos de Comunicação Publicitários (Via Não Identificada) poderão ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos.

7.3. As páginas em que estiverem inseridos os gráficos e/ou tabelas poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado, considerando-se duas páginas.

7.4 O Plano de Comunicação Publicitário a ser apresentado pela participante será elaborado com base no **Briefing** e versará sobre os seguintes quesitos:

7.4.1. Raciocínio Básico: Sob forma de texto, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária SESI/SENAI AP, a compreensão da participante sobre o objeto da seleção e os desafios de comunicação a serem enfrentados;

7.4.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: Sob forma de texto, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo SESI/SENAI-AP, compreendendo:

I- explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, a seu juízo, devem fundamentar a proposta de solução publicitária do problema específico de comunicação do SESI/SENAI AP;

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 que meios de divulgação, instrumentos e ferramentas deverão ser utilizados;

7.4.3. Ideia Criativa: sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa da participante aos desafios e metas por ela explicitados na Estratégia de Comunicação Publicitária, conforme se segue:

I- apresentará a relação de todas as peças integrantes da campanha, incluídas as eventuais reduções e variações de formato e as peças que eventualmente extrapolarem o limite previsto na subalínea "II.1" da alínea "II" seguinte;

II- apresentará exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação, conforme abaixo:

II.1- estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou da característica da peça;

II.2- podem ser apresentados sob a forma de roteiro, layout e story-board impressos, para qualquer peça, e de "monstro", para rádio e internet;

II.3- só serão aceitos finalizados em caso de não mídia;

II.4- apresentados como parte de um kit serão computados individualmente no limite de que trata a subalínea "II.1" acima;

II.5- devem possuir dimensões compatíveis com o envelope 1 a ser fornecido pelo SESI/SENAI AP;

7.4.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia, com todo o material contido em, no máximo, 30 (trinta) páginas, de acordo com as informações do Briefing com a respectiva verba colocada como referencial para a campanha, constituída de:

I- apresentação em que a participante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada neste Chamamento, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;

II- simulação de plano de distribuição de todas as peças ou material destinados à veiculação, exibição, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas. Da simulação deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

II.1- o período de distribuição das peças ou material;

II.2- as quantidades de inserções das peças em veículos e em outros meios de divulgação;

II.3- os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos e em outros meios de divulgação, separadamente por meios;

II.4- os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça destinada a veículos e a outros meios de divulgação;

II.5- as quantidades a serem produzidas de cada peça de não mídia;

II.6- os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça de não mídia;

II.7- os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de peças de não mídia.

d.1) Na simulação de que trata a alínea “II” supra, os preços das inserções em veículos e outros meios de comunicação, a serem considerados na simulação do plano de distribuição, devem ser os de tabela cheia dos veículos e ou de outros meios de divulgação;

7.5. O texto pertinente ao Plano de Comunicação Publicitária está limitado a 8 (oito) páginas, ressalvado que não serão computados neste limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos dos quesitos.

7.6. A critério do SESI/AP e SENAI/AP, os planos de comunicação da proposta vencedora poderão ou não vir a ser produzidos e veiculados, com ou sem modificações, na vigência do contrato.

8. CONJUNTO DE INFORMAÇÕES REFERENTE AO PROPONENTE CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO:

8.1 - O conjunto de documentos, será composto de quesitos destinados a avaliar a capacidade de atendimento da participante e o nível dos trabalhos por ela realizados para seus clientes.

8.2 - O conjunto de informações da proponente será composto dos **seguintes quesitos**:

a) **Capacidade de atendimento:** Este tópico deverá conter até 25 (vinte e cinco) páginas sobre os pontos a seguir indicados, não sendo computadas nesse limite as páginas intermediárias de titulação, conhecidas como “folhas de rosto”, norma válida para os demais itens da Proposta Técnica:

I- Histórico da participante, indicando o perfil da Agência, com a descrição de sua estrutura e organização;

II- Descrição das instalações físicas e do instrumental técnico, bem como dos investimentos em estrutura de atendimento que serão colocados à disposição do SESI/SENAI AP para atender o objeto da presente seleção;

III- Relação dos principais executivos e integrantes das equipes que irão atender ao SESI/SENAI AP, nas áreas de atendimento, planejamento, criação, produção gráfica, mídia e RTVC, com a demonstração de sua qualificação técnica;

IV- Relação dos principais clientes atendidos nos últimos 24 (vinte e quatro) meses, respectivos produtos e data do início e término do atendimento;

b) Repertório:

I- conjunto de trabalhos realizados pela proponente - portfólio -, com as respectivas fichas técnicas, sendo os filmes apresentados em pendrive ou mídia digital;

II- poderão ser apresentadas até 15 (quinze) peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou da característica da peça;

8.2.1. Não serão aceitos trabalhos que configurem apresentação de materiais especulativos, condenados pela Legislação da Propaganda, nem mesmo a título de exemplo ou sugestão.

8.2.2. As memórias técnicas deverão conter a identificação da participante, data de produção, período de veiculação e a indicação de até dois veículos que a divulgaram.

c) **Relatos de soluções de problemas de comunicação:** Relatar sobre 2 (duas) campanhas de propaganda - cases - completas, desenvolvidas anteriormente pela participante, acompanhadas de 5 (cinco) peças cada e respectivas fichas técnicas, com apresentação do relato dos problemas que cada campanha se propôs a resolver e os resultados alcançados, em até 3 (três) páginas cada uma, referendadas com a assinatura do anunciante/cliente;

8.4. É vedada a aposição ao invólucro destinado ao Conjunto de Informações Referente ao Proponente, assim como dos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria do Plano de Comunicação Publicitário, em qualquer momento anterior à abertura dos invólucros da via identificada.

8.5. O não cumprimento de qualquer item referente à Proposta Técnica implicará na desclassificação automática da participante.

8.6. Não serão consideradas quaisquer informações ou declarações apresentadas na proposta de preços que deveriam constar na proposta técnica.

8.7 - Qualquer informação inverídica constante do conjunto de documentos da proponente, apurada pela Comissão de Seleção, mediante simples conferência ou diligência, implicará na DESCLASSIFICAÇÃO da respectiva participante.

9 - PROPOSTA DE PREÇOS – ENVELOPE Nº 5

9.1. Decidida a classificação técnica, serão abertos os envelopes das Propostas de Preços das participantes classificadas, que serão rubricados folha por folha pela Comissão de Seleção e pelos representantes das

participantes presentes, podendo ser suspensa a reunião para análise das propostas e, se for o caso, para a realização de diligências ou consultas.

9.2. A Proposta de Preços deve estar impressa, sem emendas, rasuras ou entrelinhas, e assinada pelo representante legal da participante ou por procurador regularmente constituído com poderes específicos para esse fim. Deverá conter todos os elementos a seguir relacionados:

- a) Desconto que será concedido à contratante no pagamento dos custos internos da Agência, apurado em relação a Tabela de Custos Internos das Agências do Sindicato das agências de propaganda do estado do Pará (Anexo).
- b) Taxa de administração (honorários) sobre custos de serviços realizados por terceiros que a participante praticará frente à contratante.

b.1. Os honorários sobre os custos comprovados dos serviços autorizados e executados por terceiros não deverão incidir sobre os impostos que forem adicionados aos preços desses serviços.

- c) Percentual de honorários 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 participante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da lei 4.680/65.

9.3 Nos percentuais devem estar inclusos os tributos, fretes, seguros, taxas, embalagens, obrigações trabalhistas e previdenciárias e quaisquer outros encargos necessários ao cumprimento da obrigação objeto da presente seleção.

9.4 A participante deverá fazer constar da proposta prazo de validade igual ou superior a **120 (cento e vinte)** dias contados da data prevista no preâmbulo do chamamento para abertura da seleção.

10 - DOS PROCEDIMENTOS

10.1. O Julgamento das propostas técnicas, compostas dos planos de comunicação publicitário, da capacidade de atendimento, do repertório e dos relatos de soluções de problemas de comunicação, será realizado por uma Comissão Técnica. Todos os demais procedimentos e julgamentos inerentes a esta seleção serão de responsabilidade da comissão de seleção.

10.2. A comissão de seleção e a comissão técnica poderão, no interesse do SESI e SENAI relevar omissões puramente formais nos documentos e propostas apresentados pelas participantes, desde que não comprometam a lisura do caráter competitivo desta seleção e possam ser sanadas no prazo a ser fixados pela comissão de seleção.

10.3 Serão realizadas reuniões públicas, observando-se os procedimentos previstos neste Chamamento e no Regulamento de Contratação e Alienação do SESI/SENAI.

10.4. A primeira reunião pública será realizada no local, dia e hora previstos no preâmbulo deste Chamamento e terá a seguinte pauta:

- a) identificar os representantes das participantes por meio do documento exigido no item 3 e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) receber os **Envelopes nº 1, nº 2, nº 3, nº 4 e nº 5**;
- c) conferir se os **Envelopes nº 2** apresentam em sua parte externa alguma menção que identifique a empresa participante, ocorrência que impedirá a Comissão de receber todos os seus invólucros;
- d) abrir os **Envelopes nº 2**, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Seleção e pelos representantes das participantes presentes;
- e) abrir os **Envelopes nº 4**, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Seleção e pelos representantes das participantes presentes;
- f) lançar a rubrica dos membros da Comissão de Seleção e dos representantes das participantes nos fechados dos **Envelopes nº 1, nº 3 e nº 5**, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão;
- g) Informar aos participantes a data, hora e local da próxima reunião pública, se possível. Em caso de impossibilidades, os participantes serão informados do prosseguimento do certame através de e-mail ou outro meio de contato rápido.

10.5. A Comissão Técnica analisará inicialmente apenas o Envelope nº 2 (via não identificada), sendo o Envelope nº 4 analisado somente após a conclusão desta etapa.

10.6. Será imediatamente desclassificada e ficará impedida de participar das fases posteriores do certame a participante cujos documentos pertinentes ao **Envelope nº 2** contenha informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique sua autoria.

10.7. Encerrada a reunião, os documentos dos **Envelopes nº 2 e nº 4** serão repassados à Comissão Técnica, a quem caberá:

- a) julgar as Propostas Técnicas;
- b) elaborar planilhas com as pontuações de cada membro da Comissão Técnica para os quesitos de cada Proposta Técnica, bem como planilhas totalizadoras das notas dos quesitos e subquesitos, separadamente para os **Envelopes nº 2 e nº 4**;
- c) elaborar ata (s) de julgamento das Propostas Técnicas;

10.8. Caso se constate nos documentos dos **Envelopes nº 2 e nº 4**, em qualquer momento anterior à abertura dos **Envelopes nº 3**, a existência de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, a participante **será automaticamente desclassificada e impedida de participar das fases posteriores do certame**.

10.9. Após a elaboração da(s) ata(s) de julgamento das Propostas Técnicas (**Envelopes nº 2 e nº 4**), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos, a Comissão de Seleção convocará as participantes para participar da **segunda reunião pública**, com a seguinte pauta:

- a) identificar os representantes das participantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os **Envelopes nº 3**;
- c) identificar as vias não identificadas (**Envelopes nº 2**) comparando com as vias identificadas (**Envelopes nº 3**) do Plano de Comunicação Publicitária para verificação de sua autoria;

- d) elaborar planilhas com as notas atribuídas pela Comissão Técnica às propostas Técnicas, constituídas dos quesitos: Planos de Comunicação Publicitários, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
- e) dar conhecimento aos participantes presentes o resultado do julgamento das Propostas Técnicas.

10.10. Se todos os representantes dos participantes estiverem presentes, abrir-se-á o prazo de 2 (dois) dias úteis para interposição de pedido de reconsideração às decisões desta fase. Caso contrário, o prazo para interposição de pedido de reconsideração contará a partir da divulgação do resultado, o que se fará por meio de divulgação no portal da transparência das instituições.

10.10.1. A Comissão de Seleção poderá solicitar que a Comissão Técnica se manifeste em caso de eventuais pedidos de reconsideração de participantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas.

10.11. Não tendo sido interposto pedido de reconsideração, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os pedidos de reconsideração, serão marcados data, hora e local da próxima reunião pública.

10.12. A **terceira reunião pública** terá a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das participantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) devolver os **Envelopes nº 5**, sem abri-los, contrarrecibo, aos representantes das participantes presentes cujas Propostas Técnicas tenham sido desclassificadas;
- c) abrir os **Envelopes nº 5**, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Seleção e pelos representantes das participantes presentes;
- d) examinar o cumprimento, pelas participantes, das exigências fixadas neste Chamamento para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las, pontuando em conformidade com este Chamamento;
- e) dar conhecimento do resultado às participantes presentes;
- f) proceder ao cálculo das notas finais de cada participante, em conformidade com este Chamamento, dando conhecimento aos participantes presentes.

10.13. Se todos os representantes dos participantes estiverem presentes, abrir-se-á o prazo de 2 dias úteis para pedido de reconsideração às decisões desta fase. Caso contrário, o prazo para pedido de reconsideração contará a partir da divulgação do resultado, o que se fará via portal de transparência.

10.14. Não tendo sido interposto pedido de reconsideração, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os pedidos de reconsideração, serão marcados data, hora e local da próxima reunião pública.

10.15. A quarta e última reunião pública terá a seguinte pauta:

- a) identificar os representantes das participantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir o **Envelope nº 1** da participante que obteve a maior Nota Final.

10.16. Aberto o **Envelope nº 1** da participante que obteve a maior Nota Final, os documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Seleção e pelos representantes das participantes presentes, o que constará em ata.

10.17. O exame da documentação do **Envelope nº 1**, pela Comissão De Seleção, poderá ocorrer no mesmo dia da abertura do **Envelope nº 1**, ou em data a ser marcada pela Comissão.

10.18. A Comissão de Seleção julgará a habilitação da participante que obteve a maior Nota Final, procedendo conforme segue:

- a) examinar a documentação e decidir sobre a habilitação da participante, de acordo com os critérios estabelecidos neste Chamamento;
- b) pronunciando-se pela habilitação, informa às participantes o resultado do julgamento e declara vencedora desta seleção a participante com maior Nota Final, observado o disposto no subitem 12.2.1;
- c) coloca à disposição das participantes, para exame, a documentação anteriormente examinada pela Comissão De Seleção, abrindo o prazo de dois dias úteis para interposição de pedido de reconsideração.

10.19. Se a participante que obteve a maior Nota Final for inabilitada, após julgados eventuais pedidos de reconsideração interpostos, proceder-se-á à abertura dos envelopes de habilitação das participantes remanescentes, na ordem de classificação de notas finais, obedecido o procedimento previsto no item anterior, para que o seguinte classificado que preencha as condições de habilitação seja declarado vencedor, nas condições de sua proposta.

10.20. Os Envelopes das participantes inabilitadas ou desclassificadas, após o decurso do prazo para pedido de reconsideração e respectiva decisão sobre tais pedidos, ficarão à disposição das interessadas por trinta dias úteis. Decorrido esse prazo sem que sejam retirados, serão destruídos.

11 - DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS:

11.1. Uma **Comissão Técnica**, formalmente designada para tal mister, considerará os fatores de pontuação dos materiais apresentados nos envelopes 2 – PROPOSTA TÉCNICA, devendo apresentar um **Parecer Técnico** à Comissão de Seleção, utilizando como parâmetros os critérios a seguir enumerados:

11.2. - Para efeito de cálculo da **Nota Técnica (NT)**, referente à **Proposta Técnica**, serão considerados os critérios a seguir indicados:

I - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA NÃO IDENTIFICADA	
QUESITO	PONTUAÇÃO
Raciocínio Básico	10
Estratégia de Comunicação Publicitária	25
Ideia Criativa	20
Estratégia de Mídia e Não Mídia	10
II – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DA PROPONENTE - DOCUMENTOS IDENTIFICADOS	
QUESITO	PONTUAÇÃO
Capacidade de Atendimento	10
Repertório	10
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicações – cases	10
Experiência Anterior	5
PONTUAÇÃO MÁXIMA TOTAL (I + II)	100

11.3 - Na avaliação do quesito **Raciocínio Básico** (máximo de 10 pontos), será avaliada a acuidade de compreensão, por meio da verificação dos seguintes subquesitos:

- a) **das funções e do papel do SESI/SENAI AP nos contextos social, político e econômico:** máximo de 2 (dois) pontos.
- b) **da natureza, da extensão e da qualidade das relações do SESI/SENAI AP com o seu público:** máximo de 2 (dois) pontos.
- c) **da natureza e da extensão do objeto da seleção:** máximo de 2 (dois) pontos.
- d) **do problema específico de comunicação a ser enfrentado pelo SESI/SENAI AP:** máximo de 2 (dois) pontos.
- e) **das necessidades de comunicação do SESI/SENAI AP para enfrentar esse problema de comunicação:** máximo de 2 (dois) pontos.

11.4 - Na avaliação do quesito **Estratégia de Comunicação Publicitária** (máximo de 25 pontos), serão verificados os seguintes subquesitos:

- a) **a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do SESI/SENAI AP e ao seu problema específico de comunicação:** máximo de 5 (cinco) pontos.
- b) **a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos:** máximo de 5 (cinco) pontos.
- c) **a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação do SESI/SENAI AP:** máximo de 5 (cinco) pontos.
- d) **a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta:** máximo de 5 (cinco) pontos.
- e) **a capacidade de articular os conhecimentos sobre o SESI/SENAI AP, o ambiente no qual eles se inserem, seu problema específico de comunicação, seu público, os resultados e metas por eles desejados e a verba disponível:** máximo de 5 (cinco) pontos.

11.5 - Na avaliação do quesito **Ideia Criativa** (máximo de 20 pontos), serão verificados os seguintes subquesitos:

- a) **sua adequação ao problema específico de comunicação do SESI/SENAI AP, à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela participante e à realidade dos segmentos de público-alvo:** máximo de 4 (quatro) pontos.
- b) **a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta:** máximo de 4 (quatro) pontos.

- c) a **simplicidade da forma sob a qual se apresenta e a originalidade da combinação dos elementos que a constituem**: máximo de 4 (quatro) pontos.
- d) a **exequibilidade da campanha proposta**: máximo de 4 (quatro) pontos.
- e) **os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças ou material apresentados**: máximo de 4 (quatro) pontos.

11.6 - Na avaliação do quesito **Estratégia de Mídia e Não Mídia** (máximo de 10 pontos) serão verificados os seguintes subquesitos:

- a) **conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos do público prioritário**: máximo de 2 (dois) pontos.
- b) **capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos**: máximo de 2 (dois) pontos.
- c) **consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores**: máximo de 2 (dois) pontos.
- d) **economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças**: máximo de 2 (dois) pontos.
- e) **criatividade na proposição de peças de mídia e não mídia**: máximo de 2 (dois) pontos.

11.7 - Na avaliação do quesito **Capacidade de Atendimento** (máximo de 10 pontos), serão verificados os seguintes subquesitos:

- a) **qualificação dos principais executivos e integrantes das equipes nas áreas de atendimento, planejamento, criação, produção gráfica, mídia e RTVC**: máximo de 4 (quatro) pontos.
- b) **capacidade geral de atendimento revelada pela participante, considerando o histórico, o perfil da Agência e a estrutura operacional colocada à disposição do SESI/SENAI AP**: máximo de 3 (três) pontos.
- c) **experiência de atendimento nos últimos 24 (vinte e quatro) meses**: máximo de 3 (três) pontos.

11.8 - Na avaliação do quesito **Repertório** (máximo de 10 pontos), observar-se-á a capacidade técnica e artística revelada pela participante no atendimento a outros clientes, verificando-se os seguintes subquesitos:

- a) **pertinência**: máximo de 3 (três) pontos.
- b) **clareza**: máximo de 3 (três) pontos.
- c) **qualidade de execução**: máximo de 2 (dois) pontos.
- d) **acabamento**: máximo de 2 (dois) pontos.

11.9 - Na avaliação do quesito **Relatos de Soluções** - cases (máximo de 10 pontos), serão verificados os seguintes subquesitos:

- a) **capacidade técnica da participante em detectar e delimitar problemas de comunicação e equacioná-los**: máximo de 4 (quatro) pontos.
- b) **capacidade de planejar a solução dos problemas**: máximo de 3 (três) pontos.

c) **concatenação entre causa e efeito, possibilitando a verificação adequada dos resultados:** máximo de 3 (três) pontos.

11.10. As notas para cada fator de pontuação (Plano de Comunicação, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) e para cada quesito de pontuação (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa, Estratégia de Mídia e Não-Mídia) serão sempre obtidas pelo cálculo da média aritmética das notas atribuídas pelos membros que integram a Comissão Técnica.

11.11. A nota final das propostas técnicas corresponderá à soma das notas atribuídas acima, para o Plano de Comunicação, para a Capacidade de Atendimento, para o Repertório e para os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, atribuindo-se a esta nota, para apuração do resultado final da seleção.

11.12. A Comissão De Seleção desclassificará as participantes cujas propostas técnicas:

- a) não atenderem às exigências do presente Chamamento e de seus anexos;
- b) não alcançar, no total, a nota mínima de sessenta pontos;
- c) obtiver nota zero em quaisquer dos quesitos "Raciocínio básico", "Estratégia de mídia e não mídia", "Capacidade de atendimento" e "Relatos de soluções de problemas de comunicação".

12 - DO JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

12.1. As Propostas de Preços das participantes classificadas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Chamamento.

12.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que:

- a) Não atender as exigências deste Chamamento e de seus anexos, que apresentar preços baseados em outra proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.
- b) Apresentar qualquer acréscimo aos preços previstos na Tabela Referencial de Custos do Sindicato das Agências de Propaganda do Pará – SINAPRO/PA, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria participante.

12.3. Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Planilha que constitui o item seguinte:

- a) Desconto inferior a **30% (trinta por cento)** em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Pará (SINAPRO/PA) a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pelo participante. (60 pontos).

a.1) A utilização da tabela do SINAPRO/PA configura-se como meio de referência, pois não há tabela oficial no Amapá, não acarretando problemas ou danos ao erário, nem indo de encontro às normas que orientam os procedimentos licitatórios. Desta forma, a equipe técnica, baseada nos fatos e determinações legais que norteiam a propaganda e a publicidade no país, irá servir-se da tabela referencial de custos do Sindicato das Agências do Pará – SINAPRO/PA como método para melhor atingir-se o fim a que o objeto deste Chamamento se destina.

a.2) A tabela encontra no anexo deste instrumento, encontra-se na íntegra, não significando que todos os serviços ali serão contratados.

b) Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados, prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça ou projeto publicitário, cuja distribuição não proporcione às CONTRATADAS o desconto de agência concedido pelas empresas de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros. Ressalvado que **não será aceito percentual de honorários menor que 10% (dez por cento) ou superior à 15% (quinze por cento)**. (20 pontos).

c) 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 sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas e à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias; assim como em serviços onde só haja a intermediação da contratação e pagamento de terceiros. Ressalvado que **não será aceito percentual de honorários menor que 5% (5 por cento) ou superior à 10% (dez por cento)**. (20 pontos)

12.4. A Equipe Técnica atribuirá pontos para cada quesito a ser valorado, conforme a seguinte tabela:

ITEM	PROCEDIMENTO PARA AVALIAÇÃO	TABELA DE PONTUAÇÃO	PONTOS
1. Maior percentual de desconto.	Percentual de desconto no pagamento dos custos internos de agência, em relação aos previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Amapá, caso contrário, considerar a tabela vigente do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará.	Maior percentual de desconto.	60
		Segundo percentual de desconto.	45
		Terceiro percentual de desconto.	30
		Demais ofertas	15
		Pontuação máxima do item 1	60
2. Honorários de serviços especializados de produção de peças/projetos publicitários.	Percentual de honorário sobre serviços de terceiros	Menor comissão	20
		Segunda menor comissão	15
		Terceira menor comissão	10
		Demais ofertas	5
		Pontuação máxima do item 2	20
3. Honorários de serviços especializados de pesquisas ou criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação;	Percentual de honorário sobre serviços de terceiros	Menor comissão	20
		Segunda menor comissão	15
		Terceira menor comissão	10
		Demais ofertas	5

além de serviços apenas de intermediação.			
		Pontuação máxima do item 3	20
		TOTAL DE PONTOS	100

12.4.1. A nota de cada Proposta de Preços será obtida mediante a soma dos pontos obtidos nos quesitos acima, como segue:

$$P = P1 + P2 + P3$$

12.4.2. A Proposta de Preços que obtiver a maior nota será considerada como a de menor preço.

12.4.2.1. Se houver empate, será considerada como de menor preço a Proposta que apresentar, sucessivamente:

- a) o maior percentual de desconto sobre os custos internos dos serviços executados pela participante;
- b) 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;
- c) o menor percentual de honorários referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à participante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores.

13- DO RESULTADO FINAL

13.1. As notas finais das participantes serão calculadas pela ponderação da **nota técnica** com a **nota de preço**, conforme a seguinte equação matemática:

$$NF = (NPT + NPP) / 2$$

Onde: NF = nota final; NPT = nota da proposta técnica; NPP = nota da proposta de preço.

13.2. Será declarada vencedora a participante que conjugar maior nota final (NF).

13.2.1. Se houver empate na nota final, será considerada vencedora a participante que tiver ofertado o **menor preço**.

14. DO PEDIDO DE RECONSIDERAÇÃO

14.1. Dos resultados da fase de habilitação, dos julgamentos das propostas técnica e de preço caberão pedido de reconsideração escritos e fundamentados dirigidos, por intermédio da Comissão de Seleção, que atuará como Autoridade Recursal.

14.1.1. Os eventuais pedidos de reconsideração deverão ser interpostos no prazo de 02 (dois) dias úteis a contar da notificação da decisão, pela participante que se julgar prejudicada.

14.1.2. Após cada fase da seleção, os autos do processo ficam automaticamente com vistas aos interessados pelo prazo necessário à interposição de pedido de reconsideração, ressalvada a desistência expressa pela participante a quem assistia o direito de recorrer, ou o silêncio de qualquer delas quando deveriam manifestar esse interesse.

14.2. Os pedidos de reconsideração serão recebidos com efeito suspensivo e serão julgados pela Comissão de Seleção.

14.3. O participante que puder vir a ter a sua situação efetivamente prejudicada em razão de pedido de reconsideração interposto poderá sobre ele se manifestar no mesmo prazo, que correrá da comunicação da interposição do pedido.

14.4. Somente serão admitidos pedido de reconsideração por intermédio de petição circunstanciada, que deverá ser protocolizada em conformidade com os prazos estabelecidos neste Chamamento e nos Regulamentos de Contratação e Alienação SESI/SENAI.

14.4.1. Os pedidos de reconsideração deverão ser enviados para o endereço eletrônico selecao@sesisenaiap.org.br até às 17h do dia do vencimento do prazo.

15 - DA RATIFICAÇÃO

15.1. Julgados eventuais pedidos de reconsideração, ou em não havendo sua interposição, a Comissão de Seleção poderá publicar o resultado final da seleção e, encaminhará os autos para ratificação da autoridade competente.

16 - DA ASSINATURA DO CONTRATO E DO PRAZO CONTRATUAL

16.1. O contrato terá vigência de 12 (doze) meses, a partir de sua assinatura e poderá ser prorrogado de acordo com o interesse das partes, conforme dispõe o art. 34 do Regulamento de Contratação e Alienação do SESI e SENAI.

16.2. A participante vencedora será convocada, para assinar o contrato.

16.2.1. É assegurado ao SESI/AP e SENAI/AP o direito de, a qualquer momento, cancelar a seleção, antes de assinado o contrato, desde que justificado.

16.3. Caso a participante vencedora se recuse ou não compareça para assinar o contrato, o SESI/AP e SENAI/AP poderão, a seus critérios, convocar as participantes remanescentes, na ordem de classificação, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições estabelecidas na proposta de menor preço, ou revogar esta seleção.

16.4. Na hipótese de o SESI/AP e SENAI/AP não assinar o Contrato com a empresa vencedora no prazo de 120 (cento e vinte) dias, contado da data da entrega das propostas, as participantes ficarão liberadas de quaisquer compromissos assumidos.

17 - PAGAMENTO

17.1. Os pagamentos serão creditados em favor da Contratada, em sua conta bancária (Banco, agência, localidade e número da conta corrente), até o 30 (trinta) dia útil após a aceitação e atesto das Notas Fiscais/Faturas, pelo Fiscal do Contrato.

17.2. Cada pagamento ficará condicionado à satisfatória execução dos serviços, que será comprovada pela plena e expressa aceitação do SESI/AP e SENAI/AP dos produtos e serviços concluídos.

17.3. Caso o documento fiscal (NF/Fatura) apresente alguma incorreção, o documento será devolvido à Contratada e o prazo de pagamento será prorrogado pelo mesmo tempo em que durar a correção, sem quaisquer ônus adicionais para o SESI/AP e SENAI/AP.

17.4. Os pagamentos serão efetuados da forma que se segue:

- a) **Veiculação:** mediante apresentação dos documentos de cobrança, tabelas de preços dos veículos e respectivos comprovantes de veiculação;
- b) **Criação, Produção e Finalização:** mediante apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas e respectivos comprovantes, aplicados o percentual de desconto sobre os custos internos baseado na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências do Pará;
- c) **Outros serviços de terceiros:** mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança e respectivos comprovantes, nos vencimentos previamente ajustados com o SESI/AP e SENAI/AP, aplicado o desconto a ser concedido sobre os custos de outros serviços incumbidos a terceiros/fornecedores, sob supervisão da Contratada.

17.5. Todos os pagamentos a terceiros por serviços prestados, incluídos os de veiculação, serão efetuados, pela Contratada, nos prazos e condições previamente aprovados pelo SESI/AP e SENAI/AP e expressos pelos fornecedores em seus documentos fiscais.

17.6. As notas fiscais/faturas não aprovadas pelo SESI/AP e SENAI/AP serão devolvidas à Contratada para as necessárias correções, com as informações que motivaram sua rejeição.

17.7. Para fazer jus ao pagamento, a Contratada deverá apresentar, junto à nota fiscal, comprovação de suas adimplências com a Seguridade Social (Certidão Negativa de Débito - CND), com o FGTS (Certificado de Regularidade do FGTS), bem como a regularidade de impostos e taxas que porventura incidam sobre o objeto contratado, mantendo as condições de habilitação, bem como Certidão conjunta de débitos relativos aos tributos federais e à dívida ativa da União, expedida pela Receita Federal do Brasil, e Certidão da Prefeitura declarando a regularidade no recolhimento do INSS.

18 - PENALIDADES

18.1. A recusa injustificada em assinar o contrato caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida, ficando sujeito à multa de 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação, perda do direito à contratação e suspensão do direito de participar de certames do SESI/AP e SENAI/AP por prazo não superior a 02 (dois) anos.

18.2. A prática de ilícitos em quaisquer das fases do procedimento implicará na suspensão do direito de participar de certames do SESI/AP e SENAI/AP por prazo não superior a 02 (dois) anos.

18.3. Para aplicação das penalidades aqui previstas, a participante será notificada para apresentação de defesa prévia, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados da notificação.

18.4. As penalidades previstas nesta seleção são independentes entre si, podendo ser aplicadas isolada ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis.

18.5. As demais penalidades são fixadas no contrato.

19 - DOS DIREITOS AUTORAIS

Na execução do Contrato, deverão ser atendidos os preceitos contidos na Lei nº 9.610 de 19.02.1998, em especial o que se segue:

19.1. A Contratada cede ao SESI/AP e SENAI/AP, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste instrumento.

19.2. O valor dessa cessão é considerado incluso nas modalidades de remuneração definidas nas cláusulas do contrato decorrente do objeto contratado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do mencionado Contrato.

19.3. O SESI/AP e SENAI/AP poderão, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do Contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a Contratada.

19.4. Em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros, a Contratada poderá solicitar de cada contratado, a pedido do SESI/AP e SENAI/AP, dois orçamentos para execução do serviço, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, quando legalmente possível, para que o SESI/AP e SENAI/AP escolha uma das opções.

19.5. Quando o SESI/AP e SENAI/AP optarem pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva, a Contratada se comprometerá a fazer constar dos ajustes que vierem a celebrar com terceiros (para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços) cláusulas escritas que:

- a) explicitem a cessão total e definitiva, por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos;
- b) estabeleçam que o SESI/AP e SENAI/AP poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do Contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

19.6. Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão – definitiva ou por tempo limitado – será sempre considerada como já incluída no custo de produção. Em relação a terceiros fornecedores, deverá ser objeto de prévio orçamento.

19.7. A Contratada se compromete a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) de arte(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos.

19.8. A critério do SESI/AP e SENAI/AP, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas no SESI/AP e SENAI/AP ou por quaisquer dos seus parceiros, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a Contratada.

19.9. A Contratada entregará ao SESI/AP e SENAI/AP todos os materiais e produtos adquiridos em decorrência do presente objeto, com as licenças correspondentes devidamente certificadas com os documentos pertinentes e obrigatórios, cedendo ainda os direitos autorais, marcas e patentes a eles vinculados, de forma que o SESI/AP e SENAI/AP possa deles usar e dispor para todos os seus fins na forma do Contrato e na proposta da Contratada, independente de qualquer remuneração especial ou adicional àquela ajustada neste instrumento.

19.10. A Contratada deverá apresentar ao SESI/AP e SENAI/AP os contratos e quitações relativas a todos os direitos autorais e de imagem, de direito de uso de voz e o que mais for utilizado na elaboração da publicidade.

19.11. A Contratada deverá ceder ao SESI/AP e SENAI/AP todos os direitos autorais da agência, de forma que este possa continuar utilizando o material criado sem entrave, se assim desejar, inclusive providenciando a respectiva impressão, em caso de material escrito ou novas edições, o que for cabível.

20. DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS - DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

20.1. Os recursos para atender à presente despesa estão previstos no orçamento constante do exercício de 2026/2027. As despesas serão rateadas entre as unidades SESI/AP e SENAI/AP, conforme abaixo:

- Serviço Nacional da Aprendizagem industrial – SENAI/AP
Unidade: 50.05.01.03– Comunicação e Mercado Corporativo
CR: 1.02.01.01.03.01-Gestão da Comunicação Corporativa
- Serviço Social da Indústria – SESI/AP
Unidade: 50.05.01.03 – Comunicação e Mercado Corporativo
CR: 1.02.01.01.03.1 - Gestão da Comunicação Corporativa

20.2. As despesas com o contrato resultante desta seleção, pelos primeiros doze meses, estão estimadas em R\$ 700.000,00 (setecentos mil reais).

20.3. Se as Contratantes optarem pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado, consignará nos próximos exercícios em seus orçamentos as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

20.4. As Contratantes se reservam o direito de, a seus critérios, utilizarem ou não a totalidade das verbas previstas.

21. DISPOSIÇÕES GERAIS

21.1. A simples participação na presente seleção evidencia ter a participante que se candidata examinado cuidadosamente este Chamamento e seus anexos e se inteirado de todos os seus detalhes e com eles haver concordado.

21.2. O SESI/AP e SENAI/AP não admitirão, após a abertura das propostas, a argumentação no sentido de que a participante desconhecia fatos que influem nas propostas.

21.2.1. Somente a Comissão de Seleção dirimirá as dúvidas e omissões decorrentes deste Instrumento Convocatório e seus Anexos, e o fará por escrito, mediante pedidos de esclarecimentos sobre a seleção.

21.3.2. Fica reservado à Comissão de Seleção o prazo de até 03 (três) dias úteis para responder as dúvidas e solicitações de esclarecimentos, podendo este prazo ser prorrogado por igual período, dependendo da complexidade das dúvidas suscitadas.

21.4. Qualquer alteração neste Chamamento será comunicada pela mesma forma com que se deu a divulgação ao texto original, reabrindo-se o prazo inicialmente estabelecido, exceto quando a alteração não afetar a formulação das propostas. Neste último caso, o aviso das alterações será publicado, exclusivamente, no Portal da Transparência, no endereço www.ap.senai.br e www.ap.sesi.org.br, sem necessidade de reabertura de prazos.

21.5. Serão desclassificadas as participantes que não tenham atendido às condições estabelecidas neste Instrumento Convocatório e seus Anexos.

21.6. A Comissão de Seleção poderá solicitar, a seu critério, esclarecimentos e informações complementares ou efetuar diligências, caso julgue necessário, visando melhor desempenhar suas funções institucionais, desde que disso não decorra a posterior inclusão de documentos que deveriam constar originariamente dos envelopes entregues pelas participantes.

21.6.1. Fica facultado à Comissão de Seleção visita técnica à sede das Agências concorrentes, para verificação de suas condições de trabalho e de atendimento às exigências do Chamamento e das declarações apresentadas.

21.7. As empresas interessadas deverão manter-se atualizadas de quaisquer alterações sobre o Chamamento, através de consulta permanente aos endereços acima indicados, não cabendo às entidades promotoras do certame a responsabilidade pela não observância deste procedimento.

21.8. Das sessões públicas serão lavradas atas, as quais serão assinadas pelos membros da Comissão de Seleção e pelos representantes das participantes presentes, com os registros das ocorrências.

21.9. O SESI/AP e SENAI/AP, nos termos dos Regulamentos de Contratação e Alienação do SESI e SENAI, reserva-se o direito de, antes da assinatura do contrato, cancelar, adiar, transferir ou ainda revogar a

presente seleção, no todo ou em parte, sem que caiba aos participantes o direito à interposição de qualquer espécie de pedido de reconsideração, reclamação ou indenização.

21.10. Entregues os Envelopes nº 1, nº 2, nº 3, nº 4 e nº 5 à Comissão de Seleção, e desde que aberto pelo menos um deles, de qualquer uma das empresas, não será mais permitida a desistência de participação no certame.

21.11. Os envelopes dos participantes, ainda lacrados e não utilizados no certame, serão disponibilizados para retirada no prazo de até 60 (sessenta) dias contados da assinatura do contrato. Decorrido esse prazo, será providenciada a sua destruição.

21.12. As decisões referentes à habilitação, aos julgamentos e aos pedidos de reconsideração serão comunicadas diretamente aos participantes e lavradas em ata, se presentes seus prepostos no ato em que for adotada a decisão, ou por meio de internet (sites www.ap.senai.br e www.ap.sesi.org.br ou e-mail dos participantes), ou ainda por qualquer outro meio formal que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas participantes.

21.13. Os casos omissos deste Chamamento serão resolvidos pela Comissão de Seleção, com a aplicação das disposições do Regulamento de Contratação e Alienação do SESI e SENAI.

21.14. As participantes declaram ciência e concordância com a Lei Geral de Proteção de Dados (Lei nº 13.709/2018), comprometendo-se a adotar todas as medidas necessárias para proteção dos dados pessoais envolvidos neste processo.

21.14.1. O SESI/AP e SENAI/AP poderão tratar dados das participantes exclusivamente para fins deste processo de seleção.

21.15. Havendo divergência de informações entre o presente Chamamento e qualquer um de seus anexos, prevalece o disposto no Chamamento.

21.16. As participantes são responsáveis por acompanhar eventuais alterações, comunicados e resultados por meio dos canais oficiais indicados neste Chamamento.

21.17. Na contagem dos prazos, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento, considerando-se dias úteis, salvo disposição em contrário.

21.18. Quaisquer pedidos de esclarecimentos deverão ser encaminhados à Comissão de Seleção até às 17h do 3º (terceiro) dia útil antes da data da primeira reunião pública, por meio do e-mail: selecao@sesisenaiap.org.br, no horário das 08h às 17h.

21.18.1. Os pedidos de esclarecimentos deverão conter identificação da participante (razão social e CNPJ).

21.18.2. Não serão respondidos pedidos enviados fora do prazo.

21.18.3. A ausência de pedidos de esclarecimento implicará na aceitação integral das condições deste Chamamento.

21.19 Não se aplica ao presente processo de seleção as disposições contidas na Lei Complementar nº. 123/2006.

23 – DO FORO

23.1 - Fica eleito, de comum acordo entre as partes, o Foro da Comarca de Macapá - AP, para dirimir quaisquer litígios oriundos da seleção e do contrato decorrente, com expressa renúncia a outro qualquer, por mais privilegiado que seja.

23.2 - Constituem partes integrantes e complementares deste instrumento os seguintes anexos:

- ✓ Anexo I - Termo de Referência
- ✓ Anexo II - Briefing
- ✓ Anexo III – Tabela do SINAPRO/PA
- ✓ Anexo IV – Modelo de apresentação de documentos de habilitação
- ✓ Anexo V – Modelo de apresentação da proposta técnica
- ✓ Anexo VI - Modelo de planilha dos Preços Sujeitos a valoração
- ✓ Anexo VII – Declaração Especial
- ✓ Anexo VIII – Declaração Anticorrupção
- ✓ Anexo IX – Minuta de Contrato

Macapá-AP, 14 de abril de 2026.

Enaile Lopes dos Santos Vieira
Coordenadora de Contratação e Alienação
SESI/SENAI-DR/AP

1 – OBJETO

Contratação de empresa especializada na prestação de serviços de agência de publicidade e propaganda, realizados integradamente, com abrangência estadual e regional, para os Departamentos Regionais do **SESI SENAI-AP**.

2 – OBJETIVO

2.1 - Contratação, sob demanda, de agência de publicidade e propaganda, especializada na prestação de serviços técnicos de divulgação de atos, comunicação, programas, produtos, ações, serviços e campanhas publicitárias, compreendendo 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, peças e materiais publicitários, sempre com a meta de contribuir para a promoção do **SESI SENAI/AP**, promover a venda de educação técnica e serviços tecnológicos, difundir ideias e informar ao público em geral.

2.2 - Poderão também ser demandados à agência de propaganda contratada os seguintes serviços divididos em lotes:

Item 1 – PLANEJAMENTO, PRODUÇÃO, GESTÃO E AQUISIÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA**a) Planejamento, Estratégia de Comunicação, criação, produção de materiais**

- Planejamento e criação de campanhas publicitárias;
- Definição de conceito criativo, posicionamento de marca, slogans e mensagens-chave;
- Planejamento de mídia (on-line e off-line);
- Estratégia de lançamento de campanhas e produtos;
- Estudos de público-alvo e análise de mercado;
- Criação de peças gráficas e digitais;
- Design de identidade visual de campanhas;
- Redação publicitária (copywriting);
- Produção gráfica e serigráficos (folders, cartazes, banners, outdoors, brindes, camisas, embalagens promocionais etc.);
- Criação de roteiros para vídeos, spots e peças audiovisuais
- Adaptação de peças para diferentes formatos e canais

b) Compra e Gestão de Mídia

- Compra de espaços publicitários (TV, rádio, jornais, revistas, outdoors, mídia digital);
- Gestão de campanhas em mídias digitais (Google, Meta, YouTube, entre outras);
- Monitoramento de veiculação;
- Controle de inserções e comprovação de mídia;
- Relatórios de desempenho e métricas de campanha;
- Gestão de anúncios patrocinados;
- Criação de conteúdos patrocinados;
- Otimização de campanhas digitais;
- Monitoramento de resultados (alcance, engajamento, conversão)

C) Assessoria Técnica e Operacional

- Atendimento publicitário (interface entre instituição e fornecedores)

- Gestão de fornecedores vinculados às campanhas
- Adequação das peças às normas legais e institucionais
- Controle de prazos, cronogramas e entregas
- Apoio técnico para execução de ações de comunicação

D) Planejamento, direção e captação audiovisual

- Criação de roteiro, direção, produção e edição de comerciais e campanhas audiovisuais;
- Apoio técnico na divulgação de campanhas;
- Produção audiovisual (VTs, vídeos institucionais, comerciais, animações);
- Produção de spots de rádio e TV;
- Fotografia publicitária;
- Impulsionamento de mídias audiovisuais.

2.3 - Os serviços previstos no item 2.2 poderão ser executados diretamente pelo **SESI SENAI/AP**, ou demandados a terceiros, sem que caiba qualquer direito à empresa contratada.

2.4 - Será permitida a subcontratação de serviços de produção de comunicação, desde que mediante prévia autorização do **SESI SENAI/AP**, à vista da apresentação de três orçamentos coletados pela empresa contratada, salvo comprovada impossibilidade.

3 – JUSTIFICATIVA E FINALIDADE DA CONTRATAÇÃO

3.1 - Além das várias medidas administrativas adotadas decorrentes do processo de intervenção que os Departamentos Regionais do **SESI SENAI/AP** vêm passando, constatou-se a necessidade de contratação dos serviços de agenciamento de publicidade e propaganda, uma vez que o contrato em vigência está para ser finalizado, sendo necessário dar a máxima publicidade às ações institucionais em andamento, garantindo a transparência dos processos e o acesso pleno da população aos serviços prestados pelo **SESI SENAI**, bem como às oportunidades de empregos ofertados.

3.2 - Garantir ao **SESI SENAI/AP** cobertura para divulgação e publicidade de suas ações e eventos, conforme as metas estabelecidas em seus Planejamentos Estratégicos.

4 – CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

4.1 - Elaboração, criação, execução, distribuição e controle de veiculação de peças gráficas, peças eletrônicas e campanhas publicitárias institucionais ou mercadológicas para os produtos, serviços e eventos internos e externos do **SESI SENAI/AP**;

4.2 - Elaboração e desenvolvimento de marcas, expressões de propaganda, logotipos e de outros elementos de programação visual com o assessoramento permanente para registro respectivo em favor do **SESI SENAI/AP**;

4.3 - Elaboração e desenvolvimento de campanhas de Endomarketing;

4.4 - Elaboração e desenvolvimento de campanhas de marketing de guerrilha;

4.5 - Apoiar no planejamento e na execução de ações de organização e promoção de eventos;

4.6 - Serviços de editoração para trabalhos específicos da Gerência de Comunicação Corporativa, tais como: jornais, folders, informativos, periódicos, convites e panfletos;

4.7 - Desenvolver estratégias e ações de marketing promocional, de relacionamento, digital e em redes sociais;

4.8 - Os serviços serão executados pela contratada com o fornecimento de toda mão de obra, material e equipamento necessários, sendo permitida a contratação de fornecedores de bens e serviços auxiliares da propaganda, necessários ao cumprimento do objeto contratado, desde que previamente submetido à anuência da Coordenação de Comunicação e Mercado. Nessa hipótese, a contratada será responsável pela administração dos suprimentos de bens e serviços de terceiros, fornecedores e pela integral execução dos

serviços de sua competência, arcando integralmente com os encargos de qualquer natureza deste, decorrentes;

4.9 - Os originais dos materiais desenvolvidos para a execução dos serviços (arte, fotolito, VT e filmes) ficarão sob a guarda da Contratante, que deverá a seu critério, requisitar cópias mediante fornecimento dos originais a Contratada, quando necessitar para fins de utilização devida;

4.10 - Não haverá reajuste de preços de serviços da Contratada, bem como compensação financeira em face da peculiaridade da remuneração da mesma, basear-se na tabela referencial de custos em real do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará - SINAPRO/PA, salvo quando esta sofrer atualização.

4.11 - Não haverá pagamento de tributos e outros encargos por parte do **SESI SENAI/AP**.

4.12 - Os honorários sobre os custos comprovados dos serviços autorizados e executados por terceiros não deverão incidir sobre os impostos que forem adicionados aos preços desses serviços;

4.13 - A CONTRATADA deverá submeter à CONTRATANTE, para prévia aprovação escrita, todo o conteúdo proposto, *layout*, arte e quaisquer outros materiais de comunicação e peças publicitárias antes de encaminhá-los à produção externa e para divulgação.

5 - QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

5.1 - Comprovante de registro ou inscrição no **Conselho Executivo das Normas Padrão - CENP**.

6 – DA AVALIAÇÃO TÉCNICA DA PROPOSTA

6.1 – As licitantes deverão apresentar para participação o Plano de Comunicação Publicitária que corresponderá a uma **campanha publicitária simulada**.

O Plano deverá ser elaborado com observância às seguintes regras:

- a) redigido em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza e sem emendas, rasuras ou entrelinhas que dificultem o seu perfeito entendimento;
- b) em papel A4, cor branca;
- c) com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- d) sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- e) com textos “justificados”;
- f) com espaçamento “simples” entre as linhas;
- g) com texto em fonte “Arial”, corpo 12, salvo as exceções eventualmente feitas neste Anexo;
- h) com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- i) em caderno único, encadernado, com espiral preto, com capa frontal, transparente, e contracapa, na cor preta.

6.2 - Para orientação das licitantes quanto ao Plano de Comunicação Publicitária a ser apresentado, fica estipulada uma verba referencial de **R\$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil)** para a campanha simulada, tendo como público-alvo a população de Santana e Regiões.

6.3 - O **Plano de Comunicação Publicitária** a ser apresentado pela licitante será elaborado **com base no Briefing (ANEXO II)** e será composto dos seguintes quesitos:

a) **Raciocínio Básico**, sob a forma de texto, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do **SESI SENAI/AP**, a compreensão da licitante sobre o objeto do certame e os desafios de comunicação a serem enfrentados;

b) **Estratégia de Comunicação Publicitária**, sob a forma de texto, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo **SESI SENAI/AP**, compreendendo:

I- Explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, a seu juízo, devem fundamentar a proposta de solução publicitária do problema específico de comunicação do **SESI SENAI/AP**;

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 que meios de divulgação, instrumentos e ferramentas deverão ser utilizados;

c) **Ideia Criativa**, sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa da licitante aos desafios e metas por ela explicitados na Estratégia de Comunicação Publicitária, conforme se segue:

I- apresentará a relação de todas as peças integrantes da campanha, incluídas as eventuais reduções e variações de formato e as peças que eventualmente extrapolarem o limite previsto na subalínea "II.1" da alínea "II" seguinte;

II- apresentará exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação, conforme abaixo:

II.1- estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou da característica da peça;

II.2- podem ser apresentados sob a forma de roteiro, layout e story-board impressos, para qualquer peça, e de "monstro", para rádio e internet;

II.3- só serão aceitos finalizados em caso de não mídia;

II.4- apresentados como parte de um kit serão computados individualmente no limite de que trata a subalínea "II.1" acima;

II.5- devem possuir dimensões compatíveis com o envelope 1 a ser fornecido pelo **SESI SENAI/AP**;

d) **Estratégia de Mídia e Não Mídia**, com todo o material contido em, no máximo, 30 (trinta) páginas, constituída de:

I- apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada neste documento, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;

II- simulação de plano de distribuição de todas as peças ou material destinados à veiculação, exibição, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas. Da simulação deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

II.1- o período de distribuição das peças ou material;

II.2- as quantidades de inserções das peças em veículos e em outros meios de divulgação;

II.3- os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos e em outros meios de divulgação, separadamente por meios;

II.4- os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça destinada a veículos e a outros meios de divulgação;

II.5- as quantidades a serem produzidas de cada peça de não mídia;

II.6- os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça de não mídia;

II.7- os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de peças de não mídia.

d.1) Na simulação de que trata a alínea "II" da letra "d" supra: - os preços das inserções em veículos e outros meios de comunicação, a serem considerados na simulação do plano de distribuição, devem ser os de tabela cheia dos veículos e ou de outros meios de divulgação;

- devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

- O prazo para elaboração do Plano de Distribuição das Peças será de **30 (trinta) dias**.

6.4 - O texto pertinente ao Plano de Comunicação Publicitária está limitado a 8 (oito) páginas, ressalvado que não serão computados neste limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos dos quesitos.

7 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO E RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO:

7.1 - O **conjunto de documentos**, será composto de quesitos destinados a avaliar a capacidade de atendimento da licitante e o nível dos trabalhos por ela realizados para seus clientes.

7.2 - O conjunto de informações da proponente será composto dos seguintes quesitos:

a) **Capacidade de atendimento**: Este tópico deverá conter até 25 (vinte e cinco) páginas sobre os pontos a seguir indicados, não sendo computadas nesse limite as páginas intermediárias de titulação, conhecidas como "folhas de rosto", norma válida para os demais itens da Proposta Técnica:

I- histórico da licitante, indicando o perfil da Agência, com a descrição de sua estrutura e organização;

II- descrição das instalações físicas e do instrumental técnico, bem como dos investimentos em estrutura de atendimento que serão colocados à disposição do **SESI SENAI/AP** para atender o objeto d certame;

III- relação dos principais executivos e integrantes das equipes que irão atender ao **SESI SENAI/AP**, nas áreas de atendimento, planejamento, criação, produção gráfica, mídia e RTVC, com a demonstração de sua qualificação técnica;

IV- relação dos principais clientes atendidos nos últimos 24 (vinte e quatro) meses, respectivos produtos e data do início e término do atendimento;

b) Repertório:

I- Conjunto de trabalhos realizados pela proponente - portfólio -, com as respectivas fichas técnicas, sendo os filmes, spots e jingles apresentados em um pen drive;

II- poderão ser apresentadas até 15 (quinze) peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou da característica da peça;

c) Relatos de soluções de problemas de comunicação: Relatar sobre 2 (duas) campanhas de propaganda - cases - completas, desenvolvidas anteriormente pela licitante, acompanhadas de 5 (cinco) peças cada e respectivas fichas técnicas, com apresentação do relato dos problemas que cada campanha se propôs a resolver e os resultados alcançados, em até 3 (três) páginas cada uma, referendadas com a assinatura do anunciante/cliente;

d) Experiência anterior: A proponente deverá apresentar Atestados de Capacidade Técnica, fornecidos por entes ou órgãos, públicos ou privados, indicando, cada um deles, objeto compatível com o presente certame e portfólio de serviços com acessos a materiais de autoria do participante.

7.3 - Qualquer informação inverídica constante do conjunto de documentos da proponente, apurada pela Comissão de Seleção, mediante simples conferência ou diligência, implicará na **DESCLASSIFICAÇÃO** da respectiva licitante.

7.4 - VIA IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA:

7.5 - O Plano de Comunicação Publicitária - via identificada, deverá constituir-se de uma cópia da via não identificada do mesmo plano, porém, com a identificação da licitante, data, rubrica em todas as folhas e assinatura na última folha.

7.6 - O Plano de Comunicação Publicitária - via identificada, deverá ser apresentado com os exemplos de peças referentes à **Ideia Criativa**.

7.7 - Para os gráficos e planilhas inseridos nos textos da Proposta Técnica, serão aceitos fontes e tamanhos compatíveis com aqueles dos softwares disponíveis.

8 - DA AVALIAÇÃO TÉCNICA:

8.1 - Para efeito de cálculo da **Nota Técnica (NT)**, referente à **Proposta Técnica**, serão considerados os critérios a seguir indicados:

I - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA NÃO IDENTIFICADA	
QUESITO	PONTUAÇÃO
Raciocínio Básico	10
Estratégia de Comunicação Publicitária	25
Ideia Criativa	20
Estratégia de Mídia e Não Mídia	10
II – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DA PROPONENTE - DOCUMENTOS IDENTIFICADOS	
QUESITO	PONTUAÇÃO
Capacidade de Atendimento	10
Repertório	10
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicações – cases	10
Experiência Anterior	5
PONTUAÇÃO MÁXIMA TOTAL (I + II)	100

8.2 - Na avaliação do quesito Raciocínio Básico (máximo de 10 pontos), será avaliada a acuidade de compreensão, por meio da verificação dos seguintes subquesitos:

- a) das funções e do papel do **SESI SENAI/AP** nos contextos social, político e econômico: máximo de 2 (dois) pontos.
- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do **SESI SENAI/AP** com o seu público: máximo de 2 (dois) pontos.
- c) da natureza e da extensão do objeto do certame: máximo de 2 (dois) pontos.
- d) do problema específico de comunicação a ser enfrentado pelo **SESI SENAI/AP**: máximo de 2 (dois) pontos.
- e) das necessidades de comunicação do **SESI SENAI/AP** para enfrentar esse problema de comunicação: máximo de 2 (dois) pontos.

8.3 - Na avaliação do quesito Estratégia de Comunicação Publicitária (máximo de 25 pontos), serão verificados os seguintes subquesitos:

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do **SESI SENAI/AP** e ao seu problema específico de comunicação: máximo de 5 (cinco) pontos.
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos: máximo de 5 (cinco) pontos.
- c) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação do **SESI SENAI/AP**: máximo de 5 (cinco) pontos.
- d) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: máximo de 5 (cinco) pontos.
- e) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o **SESI SENAI/AP**, o ambiente no qual eles se inserem, seu problema específico de comunicação, seu público, os resultados e metas por eles desejados e a verba disponível: máximo de 5 (cinco) pontos.

8.4 - Na avaliação do quesito Ideia Criativa (máximo de 20 pontos), serão verificados os seguintes subquesitos:

- a) sua adequação ao problema específico de comunicação do **SESI SENAI/AP**, à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante e à realidade dos segmentos de público-alvo: máximo de 4 (quatro) pontos.
- b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: máximo de 4 (quatro) pontos.
- c) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta e a originalidade da combinação dos elementos que a constituem: máximo de 4 (quatro) pontos.
- d) a exequibilidade da campanha proposta: máximo de 4 (quatro) pontos.
- e) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças ou material apresentados: máximo de 4 (quatro) pontos.

8.5 - Na avaliação do quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia (máximo de 10 pontos) serão verificados os seguintes subquesitos:

- a) conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos do público prioritário: máximo de 2 (dois) pontos.
- b) capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: máximo de 2 (dois) pontos.
- c) consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores: máximo de 2 (dois) pontos.
- d) economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças: máximo de 2 (dois) pontos.
- e) criatividade na proposição de peças de mídia e não mídia: máximo de 2 (dois) pontos.

8.6 - Na avaliação do quesito Capacidade de Atendimento (máximo de 10 pontos), serão verificados os seguintes subquesitos:

- a) qualificação dos principais executivos e integrantes das equipes nas áreas de atendimento, planejamento, criação, produção gráfica, mídia e RTVC: máximo de 4 (quatro) pontos.
- b) capacidade geral de atendimento revelada pela licitante, considerando o histórico, o perfil da Agência e a estrutura operacional colocada à disposição do **SESI SENAI/AP**: máximo de 3 (três) pontos.

c) experiência de atendimento nos últimos 24 (vinte e quatro) meses: máximo de 3 (três) pontos.

8.7 - Na avaliação do quesito Repertório (máximo de 10 pontos), observar-se-á a capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, verificando-se os seguintes subquesitos:

a) pertinência: máximo de 3 (três) pontos.

b) clareza: máximo de 3 (três) pontos.

c) qualidade de execução: máximo de 2 (dois) pontos.

d) acabamento: máximo de 2 (dois) pontos.

8.8 - Na avaliação do quesito Relatos de Soluções - cases (máximo de 10 pontos), serão verificados os seguintes subquesitos:

a) capacidade técnica da licitante em detectar e delimitar problemas de comunicação e equacioná-los: máximo de 4 (quatro) pontos.

b) capacidade de planejar a solução dos problemas: máximo de 3 (três) pontos.

c) concatenação entre causa e efeito, possibilitando a verificação adequada dos resultados: máximo de 3 (três) pontos.

8.9 - Na avaliação do quesito Experiência Anterior (máximo de 5 pontos), será verificado o número de atestados de capacidade técnica apresentados:

a) não apresentou atestado: 0 (zero).

b) apresentou de 1 a 2 atestados: 3 (três) pontos.

c) apresentou 3 ou mais atestados: 5 (cinco) pontos.

8.10 – Para avaliação das propostas será constituído um comitê formado por profissionais da área de comunicação, com experiência e atuação na área.

9 – DA PROPOSTA DE PREÇO

9.1 - Percentual de desconto que será concedido aos CONTRATANTES no pagamento dos custos internos de agência, apurado em relação à tabela vigente, caso exista Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Amapá, caso contrário, considerar a tabela vigente do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará – por se tratar de valores mais próximos da realidade local –, à época do julgamento das propostas, ressalvado que **não será aceito percentual de desconto inferior à 30% (trinta por cento) em relação aos preços previstos pelo Sindicato.** (60 pontos).

9.2 - Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados, prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça ou projeto publicitário, cuja distribuição não proporcione às CONTRATADAS o desconto de agência concedido pelas empresas de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros. Ressalvado que **não será aceito percentual de honorários menor que 10% (dez por cento) ou superior à 15% (quinze por cento).** (20 pontos)

9.3 - 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 sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas e à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias; assim como em serviços onde só haja a intermediação da contratação e pagamento de terceiros. Ressalvado que **não será aceito percentual de honorários menor que 5% (5 por cento) ou superior à 10% (dez por cento).** (20 pontos)

ITEM	PROCEDIMENTO PARA AVALIAÇÃO	TABELA DE PONTUAÇÃO	PONTOS
1. Maior percentual de desconto.	Percentual de desconto no pagamento dos custos internos de agência, em relação aos previstos na tabela do Sindicato das Agências de	Maior percentual de desconto.	60
		Segundo percentual de desconto.	45
		Terceiro percentual de desconto.	30

	Propaganda do Estado do Amapá, caso contrário, considerar a tabela vigente do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará.	Demais ofertas	15
		Pontuação máxima do item 1	60
2. Honorários de serviços especializados de produção de peças/projetos publicitários.	Percentual de honorário sobre serviços de terceiros	Menor comissão	20
		Segunda menor comissão	15
		Terceira menor comissão	10
		Demais ofertas	5
		Pontuação máxima do item 2	20
3. Honorários de serviços especializados de pesquisas ou criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação; além de serviços apenas de intermediação.	Percentual de honorário sobre serviços de terceiros	Menor comissão	20
		Segunda menor comissão	15
		Terceira menor comissão	10
		Demais ofertas	5
		Pontuação máxima do item 3	20
		TOTAL DE PONTOS	100

10 – OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

10.1 - Comprovar, a qualquer momento, o pagamento dos tributos que incidirem sobre a execução dos serviços prestados;

10.2 - Responsabilizar-se pelos danos causados a Contratante ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo na execução do Contrato;

10.3 - Responsabilizar-se por quaisquer acidentes ou danos de que possam ser vítimas seus empregados e prepostos, quando nas dependências da Contratante, ou em qualquer outro local onde estejam prestando os serviços, objeto deste Termo de Referência, devendo adotar as providências que, a respeito, exigir a legislação em vigor;

10.4 - Solucionar todos os eventuais problemas pertinentes ou relacionados com a execução dos serviços objeto do Contrato, sem ônus adicionais para a Contratante;

10.5 - Responsabilizar-se por todas as despesas com mão de obra, alimentação, transportes, deslocamento, hospedagem, seguros, tributos, incidências fiscais e contribuições de qualquer natureza ou espécie, trabalhistas, previdenciárias, salários, custos diretos e indiretos, encargos sociais e quaisquer outros encargos necessários à perfeita execução do objeto do Contrato;

10.6 - Cumprir, fielmente as obrigações assumidas, executando-as sob sua inteira responsabilidade;

10.7 - Manter entendimento com a Contratante, objetivando evitar interrupções ou paralisações na execução dos serviços;

10.8 - Atender às determinações da fiscalização da Contratante.

10.9 - Cumprir a legislação trabalhista com relação a seus funcionários, e quando for o caso, com relação a funcionários de terceiros contratados;

10.10 - Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados;

10.11 - Apresentar, quando solicitado, pela Contratante, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

10.12 - Responder, perante a Contratante e terceiros, por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de sua omissão, na condição dos serviços de sua responsabilidade, ou por erro seu na execução dos serviços.

10.13 - Dedicar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações junto a terceiros e transferir, integralmente, a Contratante, descontos especiais (além dos normais, previstos em tabelas), bonificações, reaplicações, prazos especiais de pagamento e outras vantagens. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido a Contratante, caso este venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

10.14 - Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos para os direitos autorais, imagem, som, voz (atores e modelos), obras de arte e outros nos casos de utilização e reutilização em peças publicitárias pela Contratante.

10.15 - Fazer cotação de preços para todos os serviços de terceiros e apresentar, no mínimo, três propostas, com a indicação da mais adequada para sua execução. Se não houver possibilidade de obter três propostas, a Contratada deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.

10.16 - Obter aprovação prévia da Contratante, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este instrumento.

10.17 - Aceitar, nas mesmas condições, os acréscimos ou supressões que se fizerem no objeto do contrato, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, nos termos da legislação vigente.

11 – OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

11.1 - Responsabilizar-se pela lavratura do respectivo contrato, com base nas disposições legais;

11.2 - Assegurar os recursos orçamentários e financeiros para custear o contrato;

11.3 - Fornecer e colocar à disposição da Contratada todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;

11.4 - Notificar, formal e tempestivamente a Contratada sobre as irregularidades observadas no cumprimento do Contrato;

11.5 - Acompanhar e solicitar, sempre que achar necessário, relatório prévio das atividades realizadas.

11.6 - Designar um profissional para atuar como gestor do Contrato firmado entre as partes, que servirá de contato com o responsável da Contratada para gestão, acompanhamento e esclarecimentos que porventura se fizerem necessários durante a vigência do contrato.

11.7 - Comunicar à Contratada, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos verbais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas.

11.8 - Acompanhar, fiscalizar e auditar a execução dos serviços prestados, nos aspectos técnicos, de segurança, de confiabilidade e quaisquer outros de seu interesse, através de pessoal próprio ou de terceiros designados para este fim.

11.9 - Avaliar a qualidade dos serviços, podendo rejeitá-los no todo ou em parte, caso estejam em desacordo com o constante neste instrumento, reservando-se ao direito de suspender o pagamento da Contratada até que os serviços sejam executados em conformidade com o contratado.

11.10 - Efetuar o pagamento à empresa contratada, no máximo, em 30 (dias) dias úteis após o “atesto” definitivo na Nota Fiscal pelo Fiscal do Contrato, de acordo com as condições de preço e pagamento estabelecidos no contrato.

12 - FISCALIZAÇÃO DOS SERVIÇOS/ GESTOR E FISCAL DO CONTRATO

12.1 - A execução do Contrato deverá ser objeto de acompanhamento, controle, fiscalização e avaliação pelo Coordenador de Comunicação e Mercado ou outro colaborador designado pela Administração para verificação da conformidade da prestação dos serviços e da alocação dos recursos necessários, de forma a assegurar o perfeito cumprimento do Contrato;

12.2 - A fiscalização será exercida no interesse da Administração e não exclui nem reduz a responsabilidade da Contratada, inclusive perante terceiros, por quaisquer irregularidades, danos, e, na sua ocorrência, não implica corresponsabilidade do Poder Público ou de seus agentes e prepostos;

12.3 - Quaisquer exigências da fiscalização inerentes ao objeto do Contrato deverão ser prontamente atendidas pela Contratada;

12.4 - Fica estabelecido como:

Gestora do contrato: Débora da Glória de Deus

Fiscal do contrato: Hortência Cristina da Silva e Silva

13 - DOS DIREITOS AUTORAIS

Na execução do Contrato, deverão ser atendidos os preceitos contidos na Lei nº 9.610 de 19.02.1998, em especial o que se segue:

13.1 - A Contratada cede a Contratante, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste instrumento.

13.2- O valor dessa cessão é considerado incluso nas modalidades de remuneração definidas nas cláusulas do contrato decorrente do objeto contratado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do mencionado Contrato.

13.3- A Contratante poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do Contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a Contratada.

13.4 - Em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros, a Contratada poderá solicitar de cada contratado, a pedido da Contratante, dois orçamentos para execução do serviço, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, quando legalmente possível, para que a Contratante escolha uma das opções.

13.5 - Quando a Contratante optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva, a Contratada pertinente se comprometerá a fazer constar dos ajustes que vierem a celebrar com terceiros – para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços – Cláusulas escritas que:

a) Explicitem a cessão total e definitiva, por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos.

b) Estabeleçam que a Contratante poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do Contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

13.6 - Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão – definitiva ou por tempo limitado – será sempre considerada como já incluída no custo de produção. Em relação a terceiros fornecedores, deverá ser objeto de prévio orçamento.

13.7 - A Contratada se compromete a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) de arte(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos.

13.8 - A critério da Contratante, as peças criadas pela Contratada poderão ser reutilizadas no **SESI SENAI-DR/AP** ou por quaisquer dos seus parceiros, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a Contratada.

13.9 – A Contratada entregará a Contratante todos os materiais e produtos adquiridos em decorrência do presente objeto, com as licenças correspondentes devidamente certificadas com os documentos pertinentes e obrigatórios, cedendo ainda os direitos autorais, marcas e patentes a eles vinculados, de forma que a Contratante possa deles usar e dispor para todos os seus fins na forma do Contrato e na proposta da Contratada, independentemente de qualquer remuneração especial ou adicional àquela ajustada neste instrumento.

13.10 - A Contratada deverá apresentar a Contratante os contratos e quitações relativas a todos os direitos autorais e de imagem, de direito de uso de voz e o que mais for utilizado na elaboração da publicidade.

13.11 - A Contratada deverá ceder a Contratante todos os direitos autorais da agência, de forma que este possa continuar utilizando o material criado sem entrave, se assim desejar, inclusive providenciando a respectiva impressão, em caso de material escrito ou novas edições, o que for cabível.

14 - DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA / FONTES DE RECURSOS

14.1 - Os recursos para atender a presente despesa estão previstos no orçamento constante do exercício de 2026/2027. As despesas serão da unidade SESI **SENAI/AP**, conforme abaixo:

UNIDADE ORGANIZACIONAL	CENTRO DE RESPONSABILIDADE
50.05.01.03 Comunicação e Mercado Corporativo	1.02.01.01.03.01 Gestão da Comunicação Corporativa

15 – PRAZO CONTRATUAL / DA VIGÊNCIA DA CONTRATAÇÃO

15.1 - O contrato terá vigência de 12 (doze) meses, a partir da assinatura do contrato.

15.2 – O contrato poderá ser prorrogado de acordo com o interesse das partes, de acordo com o Regulamento para Contratação e Alienação **SESI SENAI/AP**.

16 - DO PAGAMENTO E SUAS EXIGÊNCIAS

Os pagamentos serão efetuados diretamente à Contratada com o comprovante do respectivo serviço, da seguinte forma:

a) **Veiculação:** mediante apresentação dos documentos de cobrança, tabelas de preços dos veículos e respectivos comprovantes de veiculação.

b) **Criação, Produção e Finalização:** mediante apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas, e respectivos comprovantes aplicados o percentual de desconto sobre os custos internos baseado na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências do Pará.

c) **Outros serviços de terceiros:** mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança e respectivos comprovantes, nos vencimentos previamente ajustados com o **SESI SENAI/AP**, aplicado o desconto a ser concedido sobre os custos de outros serviços incumbidos a terceiros / fornecedores, sob supervisão da Contratada.

16.1 - Todos os pagamentos a terceiros por serviços prestados, incluídos os de veiculação, serão efetuados, pela Contratada, nos prazos e condições previamente aprovados pelo **SESI SENAI/AP** e expressos pelos fornecedores em seus documentos fiscais.

16.2 - Após a conclusão do objeto contratual, será (serão) realizado(s) o(s) pagamento(s) **até 30 dias após a emissão da Nota Fiscal** e atesto desta, mediante depósito bancário ou pagamento de boleto, em favor da CONTRATADA e devendo a Nota Fiscal ser entregue entre os dias **1 e 20, ou conforme o exercício do mês**. Após este prazo, se emitida, a mesma deverá ser cancelada sem nenhum custo para a contratante, e somente ser emitida e entregue no exercício do mês seguinte, para que não exceda a competência financeira mensal.

16.3 - A contratada deverá se adequar às regras de pagamento da Contratante, referente ao período de faturamento mencionado no item anterior;

16.4 - As notas fiscais/faturadas não aprovadas pelo **SESI SENAI/AP** serão devolvidas à Contratada para as necessárias correções, com as informações que motivaram sua rejeição reiniciando o prazo estabelecido no subitem 13.2.

16.5 - O pagamento ficará condicionado à apresentação de nota fiscal/fatura pela Contratada, contendo a discriminação detalhada dos serviços executados, conforme este Termo de Referência, devendo ser acompanhada da comprovação de regularidade fiscal e trabalhista, mediante a apresentação de documentos válidos na data do pagamento, e comprovações de execução do serviço, todos em PDF enviados via E-mail, incluindo:

- Certificado de Regularidade do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (**CRF/FGTS**);
- Certidão Conjunta de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União;
- Certidão de Regularidade perante a Fazenda Municipal, contemplando o **ISSQN**, quando aplicável;

d) Relatório de evidências de comprovação do serviço prestado, documento timbrado da **CONTRATADA** e assinatura digital.

17. DA RESCISÃO CONTRATUAL

17.1 - Este Contrato poderá ser resilido unilateralmente pelo **CONTRATANTE**, atendida sempre a conveniência administrativa.

Parágrafo primeiro: No caso de rescisão, deverá a **CONTRATADA** ser notificada por escrito, com antecedência mínima de 30 (trinta) dias, respeitadas as obrigações exigíveis até a data da rescisão do contrato.

17.2 - O **CONTRATANTE** pode, ainda, considerar rescindido o contrato, de pleno direito, independentemente de aviso, interpelação ou notificação judicial ou extrajudicial, sem que, por isso, seja obrigado a pagamento de indenização, multa ou ônus de qualquer natureza, se a **CONTRATADA**:

- a) Descumprir, total ou parcial, quaisquer das obrigações/responsabilidades previstas neste contrato.
- b) O cometimento reiterado de faltas ou defeitos na execução do objeto contratual.
- c) A dissolução da sociedade ou liquidação da **CONTRATADA**.
- d) A alteração societária, do objeto social ou modificação da finalidade ou da estrutura da empresa que, a juízo do **CONTRATANTE**, prejudique a execução o contrato.
- e) O atraso injustificado no início da execução do objeto contratual ou durante sua execução.
- f) A paralisação dos serviços sem justa causa e previa comunicação ao **CONTRATANTE**.
- g) Demonstrar incapacidade técnica ou inidoneidade.
- h) Incidir em recuperação judicial ou extrajudicial.
- i) Tiver decretada sua falência, dissolver-se ou extinguir-se.
- j) Infringir qualquer outra disposição do contrato.
- k) Outras causas relacionadas neste contrato ou não, que indiquem conduta desabonadora da **CONTRATADA**.
- l) O desatendimento das determinações regulares de preposto credenciado para acompanhar e fiscalizar a execução do serviço.
- m) A subcontratação total ou parcial do seu objeto, sem conhecimento ou autorização expressa do **CONTRATANTE**.

17.3 - A rescisão do contrato motivada por culpa da **CONTRATADA**, mediante comprovação de condutas previstas, implicará de pleno direito à cobrança pelo **CONTRATANTE** de multa de 10% (dez por cento) do valor global deste Contrato, sem prejuízo das demais penalidades cabíveis.

17.4 - Não incidirão, todavia, sobre as infrações/multas decorrentes de "caso fortuito" ou de "força maior", se devidamente comprovados.

18 - DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

18.1 - Em caso de inexecução do Contrato, erro de execução, execução imperfeita, mora de execução, inadimplemento contratual ou não veracidade das informações prestadas, a Contratada estará sujeito às seguintes penalidades:

18.1.1 - Advertência;

18.1.2 - Multas que poderão ser recolhidas em qualquer agência do Banco do Brasil S/A, por meio de Documento a ser preenchido de acordo com instruções fornecidas pela Contratante, no prazo de 10 (dez) dias contados do recebimento da notificação:

- a) 0,5% ao dia sobre o valor adjudicado em caso de atraso na execução dos serviços, limitada a incidência de 15 dias. Após o décimo quinto dia e a critério da Administração, no caso de execução com atraso, poderá ocorrer a não aceitação do objeto, de forma a configurar, nessa hipótese, inexecução total da obrigação assumida, sem prejuízo da rescisão unilateral da avença;

b) 20% sobre o valor adjudicado, em caso de atraso na execução do objeto, por período superior ao previsto na alínea "a", ou de inexecução parcial da obrigação assumida;

c) 30% sobre o valor adjudicado, em caso de inexecução total da obrigação assumida;

17.2 - Se o valor da multa não for pago, ou depositado, será automaticamente descontado do pagamento a que a Contratada fizer jus. Em caso de inexistência ou insuficiência de crédito da Contratada, o valor devido será cobrado administrativamente e judicialmente.

19 – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

19.1 - Apenas os casos de incorreções que apresentem vícios de ilegalidade ensejarão a rescisão do contrato.

19.2 - Nenhuma modificação poderá ser feita na prestação dos serviços e nas especificações sem autorização expressa da Fiscalização.

19.3 - O representante da Fiscalização, bem como toda pessoa autorizada por ela, terá livre acesso aos serviços e a todos os locais em que estejam sendo realizados os trabalhos.

19.4 – **O valor estimado de contratação é de R\$ 350.000,00 (Trezentos e cinquenta mil reais).**

Responsável pela elaboração do Termo de Referência: Débora da Glória de Deus.

Macapá-AP, 10 de março de 2026.

Débora da Glória de Deus
Coordenadora de Comunicação e Mercado
SESI SENAI - DR/AP

Hortência Cristina da Silva e Silva
Analista Administrativo – Comunicação e Mercado
SESI SENAI - DR/AP

ANEXO I DO TERMO DE REFERÊNCIA – Especificação do Serviço

Item	Descrição	Apresentação	SESI	SENAI	V.UNITARIO	V. TOTAL
1	PLANEJAMENTO, PRODUÇÃO, GESTÃO E AQUISIÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA	SERVIÇO	1	1	R\$ 350.000,00	R\$ 700.00,00

BRIEFING

O presente briefing tem por objetivo orientar as agências de publicidade interessadas em participar do Processo Licitatório do Serviço Social da Indústria (**SESI**) do Amapá e Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (**SENAI**), visando dar cobertura às campanhas de cunho informativo e institucional das instituições, na sua missão de incentivar um ambiente sustentável aos negócios, por meio da promoção da educação básica, tecnologia e inovação, saúde e segurança, contribuindo para a competitividade da indústria no Amapá. O documento apresenta, a seguir, as seguintes informações:

- 1) Apresentação do SESI/SENAI Amapá;
- 2) Apresentação da Gerência de Comunicação Corporativa (GCOM);
- 3) Apresentação da visão, missão e valores do SESI/SENAI Amapá;
- 4) Observações Finais.

1- APRESENTAÇÃO DO SESI AMAPÁ:**1.1 - SERVIÇO SOCIAL DA INDÚSTRIA (SESI)**

Criado em 1946, o SESI atende indústrias e trabalhadores em gestão da Segurança e Saúde no Trabalho (SST) e na promoção da saúde e educação dos trabalhadores, seus dependentes e comunidade.

No Amapá, o SESI iniciou as atividades em 1960 e atua nas áreas de Educação e Saúde e Segurança na Indústria. Atualmente, as principais linhas de atuação são: Educação Básica, Educação de Jovens e Adultos, Educação Continuada, Segurança e Saúde do Trabalho e Promoção da Saúde. No estado funcionam três unidades: a Escola SESI Visconde de Mauá e a Unidade Integrada **SESI - A Banda**, localizadas em Macapá, e a Unidade Integrada **SESI**, no município de Santana.

No âmbito da Saúde e Segurança na Indústria, o SESI Amapá desenvolve serviços especialmente elaborados para atender as empresas do segmento Indústria, bem como, para a comunidade, voltados a Serviços clínicos, Exames e avaliações, Odontologia, Campanhas, Gestão do Absenteísmo, Gestão da reabilitação, Serviços Médicos Ocupacionais, Programas Legais, Avaliação Nutricional com Bioimpedância, Consulta Nutricional, Atividades físicas, esportivas e culturais.

- Saúde e Segurança: são soluções que têm como objetivo tornar os ambientes de trabalho mais seguros e saudáveis. Além disso, o SESI proporciona assistência para promoção do bem-estar do trabalhador.

- Exames e avaliações: são atendimentos nas áreas de análises clínicas, audiometria, eletrocardiograma, eletroencefalograma, acuidade visual, espirometria, exames radiológicos, avaliação psicossocial para trabalho em altura, avaliação psicossocial para trabalho em espaço confinado.

- Campanhas: atuação por meio da oferta de pacotes de serviços de cuidados da saúde masculina, por conta da campanha Novembro Azul, e da saúde feminina, em razão da Campanha Outubro Rosa, além da Campanha de Vacinação realizada anualmente, que contempla a aplicação da vacina contra a gripe (influenza).

- Gestão do Absenteísmo: análise, monitoramento e controle de todos os atestados de saúde do trabalhador. O Programa SESI Gestão do Absenteísmo é formado de cinco serviços de assessoria e consultoria que visam apoiar as indústrias na identificação e solução das questões relacionadas ao

absenteísmo e sua gestão, além de identificar soluções adequadas para resolver os seus impactos no desempenho organizacional.

- Serviços Médicos Ocupacionais: procedimentos ocupacionais de medicina do trabalho, incluindo exames complementares. O SESI oferece para as empresas os serviços de exames ocupacionais, garantindo o bem-estar de seus trabalhadores. Os exames podem ser feitos em horários agendados nas unidades SESI, em unidades móveis do SESI ou até mesmo no interior das empresas, quando estas tiverem uma estrutura física de saúde montada. Os exames oferecidos são: admissionais, periódicos, mudança de função, retorno ao trabalho, demissionais, incluindo exames complementares.

- Programas Legais: suporte para atendimento ao Programa de Gerenciamento de Riscos (PGR); Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional – PCMSO; Laudo Técnico das Condições do Ambiente de Trabalho – LTCAT; Programa de Condições e Meio Ambiente de Trabalho na Indústria da Construção Civil – PCMAT; Programa de Prevenção de Perdas Auditivas (PPPA); Perfil Profissiográfico Previdenciário – PPP; Laudo de Periculosidade; Laudo de Insalubridade; Higiene Ocupacional; Análise Ergonômica; Implantação de CIPA; e Assessoria de SIPAT.

- Avaliação Nutricional com Bioimpedância: realização e diagnóstico por meio do exame de bioimpedância com orientação nutricional, possibilitando ao paciente direcionar sua conduta referente à recuperação ou manutenção adequada do estado de saúde.

- Consulta Nutricional: realização e diagnóstico por meio do exame de bioimpedância com orientação nutricional, possibilitando ao paciente direcionar sua conduta referente à recuperação ou manutenção adequada do estado de saúde.

- Atividades físicas, esportivas e culturais: oferta de atividades, como: natação, treinamento funcional, hidroginástica, mat pilates, jiu-jítsu, futsal e ballet.

- Programas: no âmbito da Promoção da Saúde são desenvolvidos os Programas: Ginástica na Empresa, Alimentação Saudável na Indústria, SESI atividade física e esportiva e SESI esporte e competições.

- Eventos: realização de eventos com foco no trabalhador e seus dependentes, como também para promoção de ações de cunho social, também direcionadas à comunidade em geral, como, Corrida e Caminha do SESI, Mostra de Dança, Colônia de Férias, Dia Nacional da Construção Social.

- Locação de unidades móveis e espaços físicos: além de utilizar a estrutura para desenvolvimento de suas atividades, o SESI também disponibiliza para locação suas unidades móveis de audiometria, saúde ocupacional e teatro móvel, assim como espaços físicos, como: quadra poliesportiva, campo de futebol, teatro, anfiteatro, sala de dança.

Na Educação Básica o aluno recebe formação de qualidade aliada às novas tecnologias e projetos educacionais diferenciados.

Educação infantil

A Educação infantil da Escola SESI tem como finalidade o desenvolvimento integral em seus aspectos físico, psicológico, intelectual e social, complementando a ação da família e da comunidade. Oferece alimentação com cardápio balanceado, com acompanhamento nutricional, além de outros projetos pedagógicos que complementam as ações educativas.

Ensino Fundamental

O SESI oferece ao aluno acesso a uma educação de qualidade do 1º ao 9º ano, além de projetos que auxiliam na formação de um cidadão crítico e inovador como robótica educacional, ética e cidadania, educação musical e qualidade de vida.

Ensino médio – Programa de Educação Básica

Preparando os jovens para o futuro do trabalho! Este é o lema do Novo Ensino Médio na Escola SESI, que trabalha por áreas do conhecimento focado no que o aluno deseja aprender, o que confere mais autonomia e qualidade no método de aprendizagem na última etapa da educação básica que contempla a formação técnica em parceria com o SENAI Amapá.

Além da formação básica e técnica, os estudantes recebem a preparação integral para as principais provas de vestibulares e para o Exame Nacional do Ensino Médio (Enem), com o projeto SESI APROVA, no qual o aluno tem possibilidade de, desde da 1ª série, participar de aulas com os conteúdos direcionados para a realização dessas provas. O currículo proporciona aos estudantes o desenvolvimento da criatividade, autonomia, protagonismo, perfil pesquisador, empreendedor e inovador por meio da educação científica, tecnológica e empreendedora integrada as capacidades STEAM.

Novo Ensino Médio – Itinerários Formativos

A Escola do SESI Amapá oferece o Novo Ensino Médio com itinerários formativos com base no que preconiza a nova Lei do Ensino Médio (Lei 13.415/2017). Com currículo organizado por áreas de conhecimento, totalmente contextualizado à realidade dos estudantes, prepara os alunos para os desafios mais importantes da vida, formando jovens inovadores e empreendedores para as universidades e para o mundo do trabalho.

Educação de Jovens e Adultos

A EJA proporciona a quem não concluiu os estudos a oportunidade de elevar sua escolaridade. O aprendizado pode ser utilizado nas diferentes relações cotidianas, dentro e fora do ambiente de trabalho. Assim, você cresce cada vez mais.

Além disso, o SESI é a única instituição de ensino autorizada pelo MEC a utilizar a Metodologia de Reconhecimento de Saberes na educação básica, na modalidade EJA. Portanto, a duração do curso pode ser de até 1 ano e 6 meses, dependendo da disponibilidade do aluno.

Educação Continuada

É um processo de desenvolvimento permanente da formação do cidadão, compreende as ações educativas situadas fora das etapas e modalidades escolares tradicionais, mas que permeiam, suplementam e atualizam conhecimentos nelas adquiridos e/ou produzem e sistematizam novos conhecimentos. Nesse sentido, o SESI dá suporte às empresas, por meio da oferta de cursos e treinamentos, como NR 5 - CIPA; NR 6 - EPI; NR 17 - Ergonomia; NR 22 - CIPAMIN; e NR 35 - Avaliação psicossocial para trabalho em altura.

1.2 - SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM INDUSTRIAL - SENAI

O Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (**SENAI**) é reconhecido como modelo de educação profissional e pela qualidade dos serviços tecnológicos que promovem a inovação na indústria brasileira.

Criado em 22 de janeiro de 1942, o SENAI é o maior complexo de educação profissional e serviços tecnológicos da América Latina. Realizou mais de 75 milhões de matrículas ao longo de sua história.

Atualmente, por meio de 545 unidades fixas e 450 móveis, atende a mais de 2.700 municípios brasileiros. Além de ser referência mundial na qualificação dos trabalhadores, a instituição tem se destacado na oferta de serviços às empresas por meio da sua rede de 26 Institutos de Inovação e de 58 Institutos de Tecnologia. Apenas entre janeiro e novembro de 2018, foram prestados 79.901 serviços técnicos e de inovação.

Além de oferecer educação profissional de qualidade para os brasileiros, o SENAI, em parceria com o Ministério das Relações Exteriores do Brasil, opera centros de treinamento de mão de obra em Cabo Verde, Guiné Bissau, Guatemala, Paraguai e Timor Leste. E está implantando centros de formação profissional em Moçambique, Peru, Jamaica, São Tomé e Príncipe e Haiti.

No Amapá, o SENAI, iniciou suas atividades em 9 de março de 1978 e atua com soluções em Educação Profissional e Tecnologia em três unidades: uma localizada em Macapá, a Unidade Integrada SESI/SENAI localizada no município de Santana e outra no Vale do Jari.

Em Educação Profissional, o SENAI oferece cursos de Iniciação, Aprendizagem, Qualificação, Aperfeiçoamento e Habilitação Técnica.

O Curso de Aprendizagem Industrial é gratuito e destinado a candidatos que tenham concluído o ensino fundamental e que buscam capacitação para o primeiro emprego. É ofertado para quem tenha, no mínimo, 16 anos na data de início do curso e, no máximo, idade que lhe permita concluir o curso antes de completar 18 anos.

Qualificação Profissional

É aprimoramento de suas habilidades e competências que são indispensáveis para o desenvolvimento de uma função, nesse sentido é especializar-se em determinadas áreas para executar da melhor forma suas atribuições.

Iniciação Profissional

São cursos destinados a jovens e adultos, independente de escolaridade, que visam a despertar o interesse pelo trabalho e preparar para o desempenho de funções básicas de uma profissão.

Aperfeiçoamento

São cursos que possibilitam a ampliação ou atualização de competências de profissionais que já atuam no mercado de trabalho. Ao final de um curso de aperfeiçoamento profissional, o participante recebe certificado.

Habilitação Técnica

Formação que busca desenvolver habilidades e competência específicas para o exercício de uma determinada profissão levando em consideração a união da teoria e da prática através de 320 horas de estágio supervisionado. Para ter acesso a esta modalidade faz-se necessário estar cursando o terceiro ano ou ter concluído o ensino médio.

Para apoiar o desenvolvimento tecnológico nas empresas e indústrias amapaenses, o **SENAI** Amapá vem fortalecendo sua base tecnológica e oferecendo mecanismos para acelerar sua modernização e expansão por meio da oferta de *Serviços em Tecnologia e Inovação – STI*, que buscam atender as necessidades das empresas industriais, por meio da oferta de serviços de qualidade, capazes de disseminar novas tecnologias, melhorando processos, agregando valor, e assim, contribuindo para o fortalecimento e competitividade da indústria.

2 - ESTRUTURA DA COORDENAÇÃO DE COMUNICAÇÃO E MERCADO

A Coordenação de Comunicação e Mercado do SESI/SENAI Amapá é a área responsável pela interface com os meios de comunicação, seja por meio da mídia espontânea, publicidade legal ou institucional. Dessa forma, terá ligação direta com a agência vencedora do certame, ao mesmo tempo em que fiscalizará o contrato de prestação de serviços. Assim, além propor e analisar as campanhas, também ficará responsável pela verificação de sua efetivação, atestando o correto cumprimento do trabalho.

3 – APRESENTAÇÃO DA VISÃO, MISSÃO E VALORES DO SESI/SENAI AMAPÁ

a) Missão:

Incentivar um ambiente sustentável aos negócios, por meio da promoção da educação básica e profissional, tecnologia e inovação, saúde e segurança, contribuindo para a competitividade da indústria do Amapá.

b) Visão:

Ser referência em educação básica, tecnologia e inovação, segurança e saúde no trabalho para as indústrias do Amapá.

c) Valores:

Transparência
Tempestividade
Consciência Ética
Sentimento de Pertencimento
Respeito
Produtividade
Aprendizado Constante

4 – Objetivo:

Geral: Posicionar a Escola da Indústria no Município de Santana como:

- A principal referência em ensino médio integrado à educação profissional no Amapá
- Um projeto estruturante para o novo ciclo industrial da região
- Um investimento estratégico no futuro da juventude Santanense

Específico:

- Gerar reconhecimento institucional antes da inauguração
- Criar percepção de inovação, tecnologia e empregabilidade
- Engajar famílias, jovens e setor produtivo
- Apoiar o atingimento da meta de matrículas
- Fortalecer a imagem integrada SESI/SENAI

4.1 Mensagem a ser comunicada

O mundo do trabalho passa por transformações profundas, impulsionadas pela revolução digital, pela automação e pela crescente demanda por competências técnicas e socioemocionais. Nesse cenário, a educação precisa se reinventar, superando os modelos tradicionais e adotando práticas pedagógicas inovadoras que preparem os estudantes para os desafios do século XXI. A proposta de implantação da

Escola SESI da Indústria no município de Santana, no estado do Amapá, surge como uma resposta estratégica a essa realidade, aliando excelência educacional, inovação tecnológica e compromisso com o desenvolvimento regional. Santana é o segundo município mais populoso do Amapá e possui localização estratégica às margens do rio Amazonas, com forte vocação logística e industrial. Apesar de seu potencial, a cidade ainda enfrenta desafios significativos no campo

educacional e na qualificação da mão de obra local. Segundo dados do Novo CAGED, o Amapá registrava, em 2024, cerca de 93 mil trabalhadores formais, com uma remuneração média de R\$ 2.133,39 valor inferior à média nacional. A baixa qualificação técnica é um dos principais entraves à empregabilidade e ao crescimento sustentável da economia local.

A proposta da escola em Santana visa oferecer uma formação integrada, articulando o Ensino Médio à Educação Profissional, em consonância com as diretrizes do Novo Ensino Médio e da Base Nacional Comum Curricular (BNCC). Essa integração é fundamental para garantir que os estudantes desenvolvam não apenas conhecimentos acadêmicos, mas também habilidades técnicas e competências digitais essenciais para sua inserção no mercado de trabalho contemporâneo. A unidade contará com infraestrutura moderna, laboratórios especializados, espaços maker, ambientes de aprendizagem flexíveis e conectados, além de recursos tecnológicos de ponta. A proposta pedagógica será centrada em metodologias ativas, como aprendizagem baseada em projetos, gamificação, robótica educacional, pensamento computacional e uso de realidade aumentada. A escola também promoverá a criatividade, o protagonismo e a resolução de problemas por meio da

experimentação prática. Paralelamente, a articulação entre **SESI e SENAI** no Amapá já é uma realidade consolidada, com iniciativas que integram a educação básica à formação profissional, ampliando as possibilidades de inserção dos jovens na vida produtiva e social. A Escola SESI de Santana fortalecerá essa sinergia, oferecendo itinerários formativos alinhados às demandas da indústria local, especialmente nos setores de logística, construção civil, energias renováveis, tecnologia da informação e serviços industriais.

Período da Campanha

A campanha deve ser veiculada dentro do período de três meses.

Praça para Veiculação

No Município de Santana e Regiões

Orçamento para Campanha

O orçamento total da campanha incluindo criação, produção, e veiculação é de R\$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais).

LISTA DE VALORES REFERENCIAIS DE CUSTOS INTERNOS 2026A
1 - ANÚNCIO PARA REVISTA

ITEM	ESPAÇO	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
001	Página Dupla	5.198,00	8.298,00	13.496,00
002	1 Página	3.997,00	6.382,00	10.379,00
003	1/2 Página	2.861,00	4.182,00	7.043,00
004	3/4 Página	1.491,00	2.723,00	4.214,00
005	Demais formatos, utilizar o valor cm/col. proporcional ao tamanho do anúncio / o formato da revista, tendo como base o custo de uma página. Refação por mudança de briefing: adicional de 30%. Adaptação de peças para outros formatos ou veículos: 50% do valor original*			

2 - ANÚNCIO PARA JORNAL

ITEM	ESPAÇO	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
006	Até 1/10 de página	914,00	1.323,00	2.237,00
007	acima de 1/10 a 1/5 de página	1.473,00	1.892,00	3.365,00
008	acima de 1/5 a 1/3 de página	1.801,00	2.743,00	4.544,00
009	acima de 1/3 a 1/2 página	2.698,00	4.556,00	7.254,00
010	acima de 1/2 página a 1 página	3.331,00	6.526,00	9.857,00
011	Acima de 1 página, calcular proporcionalmente o valor tomando como base o valor do Item 010. Refação por mudança de briefing: Adicional de 30%. Adaptação de peças para outros formatos ou veículos: 50% do valor original.			

3 - INFORME PUBLICITÁRIO

ITEM	ESPAÇO	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
012	Até 1/10 de página		1.847,00	1.847,00
013	acima de 1/10 a 1/5 de página		2.837,00	2.837,00
014	acima de 1/5 a 1/3 de página		3.896,00	3.896,00
015	acima de 1/3 a 1/2 página		6.969,00	6.969,00
016	acima de 1/2 página a 1 página		9.747,00	9.747,00
017	Acima de 1 página, calcular proporcionalmente o valor tomando como base o valor do Item 016.			

4 - ANÚNCIO PUBLICIDADE LEGAL/BALANÇOS

ITEM	ESPAÇO	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
018	Até 1/10 de página		1.790,00	1.790,00
019	acima de 1/10 a 1/5 de página		2.583,00	2.583,00
020	acima de 1/5 a 1/3 de página		3.733,00	3.733,00
021	acima de 1/3 a 1/2 página		6.322,00	6.322,00
022	acima de 1/2 página a 1 página		8.890,00	8.890,00
023	Acima de 1 página, calcular proporcionalmente o valor tomando como base o valor do Item 022.			

5 - COMERCIAL/VÍDEO PARA TELEVISÃO, CINEMA, DOOH, INTERNET E COMUNICAÇÃO INTERNA

ITEM	ESPAÇO/DURAÇÃO	Roteiro
024	15" e 30"	8.714,00
025	60"	13.299,00
026	Espaço Empresarial	16.688,00
027	Story Board (por quadro)	374,00
028	Documentário (por minuto)	7.338,00
029	Vinheta / Assinatura / Patrocínio	1.181,00
030	Podcast - p/ minuto	1.919,00

6 - COMERCIAL PARA RÁDIO

ITEM	TIPO/ DURAÇÃO	Roteiro
031	Spot 30"	2.399,00
032	Spot 60"	3.862,00
033	Jingle 30"	4.595,00
034	Jingle 60"	6.428,00

7 - GRAVAÇÃO - EDITORAÇÃO - DIGITAÇÃO

ITEM	TIPO	Valor
035	Gravação de CD (unid.)	163,00
036	Digitação (por lauda)	943,00
037	Outros idiomas	Mais 50%
038	Tratamento/Aplicação de imagens (p/ imagem)	190,00
039	Editoração de tabela ou gráfico (unid.)	2.892,00
040	Mapa de localização (unid.)	3.633,00

8 - MÍDIA OUT OF HOME (OOH)

ITEM	MÍDIA EXTERIOR - PEÇAS	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
041	Busdoor	2.157,00	1.445,00	3.602,00
042	Outdoor simples (traço)	3.902,00	2.799,00	6.701,00
043	Outdoor/ Backlight / Frontlight / Painei	5.649,00	3.597,00	9.246,00
044	Empena de prédios fachada até 50 m	4.668,00	3.109,00	7.777,00
045	Empena de prédios fachada acima de 50 m	5.597,00	3.733,00	9.330,00
046	Envelopamento de Veículos	3.712,00	2.478,00	6.190,00
047	Faixa de rua	737,00	486,00	1.223,00
048	Balão	1.130,00	798,00	1.928,00
049	Placa de obra	914,00	610,00	1.524,00
050	Placa de sinalização	914,00	610,00	1.524,00
051	Tapume por m²	814,00	549,00	1.363,00

LISTA DE VALORES REFERENCIAIS DE CUSTOS INTERNOS 2026A

052	Totem	3.764,00	2.513,00	6.277,00
053	Refação – adicional mínimo de 30%			
ITEM	MOBILIÁRIO URBANO	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
057	Painel frontal de abrigo de ônibus	6.225,00	2.528,00	8.753,00
058	Painel lateral de abrigo de ônibus	6.225,00	2.528,00	8.753,00
059	Relógio	3.604,00	2.364,00	5.968,00
060	Testeira de ponto de ônibus	5.019,00	2.665,00	7.684,00
061	Outros	4.668,00	3.109,00	7.777,00
ITEM	MÍDIA INTERNA (Shopping, restaurantes, academias, aeroportos, supermercados)	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
062	Adesivação de balcão promocional	2.991,00	1.587,00	4.578,00
063	Adesivo de chão	2.991,00	1.587,00	4.578,00
064	Adesivo de elevador	2.991,00	1.587,00	4.578,00
065	Adesivo de espelho banheiro	2.991,00	1.587,00	4.578,00
066	Adesivo de mesa (alimentação)	2.991,00	1.587,00	4.578,00
067	Adesivo lateral de escada rolante	3.733,00	1.981,00	5.714,00
068	Banner / Cartaz AB (avenida / corredor shopping)	4.671,00	2.474,00	7.145,00
069	Cancela de estacionamento	3.293,00	1.739,00	5.032,00
070	Bandeirola (p/ modelo)	2.991,00	1.587,00	4.578,00

9 - MATERIAIS PROMOCIONAIS

ITEM	BRINDES - PEÇAS	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
071	Agenda (capa)	1.587,00	1.209,00	2.796,00
072	Boné / Viseira	1.587,00	1.209,00	2.796,00
073	Baralho	1.587,00	1.209,00	2.796,00
074	Botton	1.206,00	497,00	1.703,00
075	Bolacha de chopp	1.206,00	497,00	1.703,00
076	Camisa	1.587,00	1.209,00	2.796,00
077	Caneta	737,00	457,00	1.194,00
078	Chaveiro	1.206,00	500,00	1.706,00
079	Display, balcão de parede	2.991,00	1.581,00	4.572,00
080	Copo	737,00	457,00	1.194,00
081	Faixa	1.587,00	1.209,00	2.796,00
082	Lápis	737,00	457,00	1.194,00
083	Leque	1.587,00	1.209,00	2.796,00
084	Guarda Sol	1.587,00	1.209,00	2.796,00
085	Guardanapo	1.209,00	497,00	1.706,00
086	Medalha	1.209,00	497,00	1.706,00
087	Marcador de página	763,00	514,00	1.277,00
088	Mousepad	737,00	457,00	1.194,00

089	Dulseira	737,00	457,00	1.194,00
090	Necessaire	737,00	457,00	1.194,00
091	Porta garrafa / lata	737,00	457,00	1.194,00
092	Régua	769,00	514,00	1.283,00
093	Sacola / Bolsa	1.166,00	787,00	1.953,00
094	Squeeze	1.587,00	1.209,00	2.796,00
095	Toalha	1.587,00	1.209,00	2.796,00
096	Troféu	2.991,00	1.587,00	4.578,00
097	Viseira / bandana / cachecol / gorro	1.587,00	1.209,00	2.796,00
098	Outros brindes – valor mínimo	737,00	457,00	1.194,00
099	Outros brindes – valor máximo	3.432,00	1.977,00	5.409,00

10 – MATERIAL GRÁFICO

ITEM	IMPRESSOS - PEÇAS	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
101	Agenda (capa + miolo)	2.167,00	1.231,00	3.398,00
102	Álbum / Book – impresso ou digital – página	3.318,00	3.318,00	6.636,00
103	Bula	3.992,00	3.250,00	7.242,00
104	Broadside – página	3.318,00	3.318,00	6.636,00
105	Capa de Carnê	1.524,00	1.260,00	2.784,00
106	Calendário de parede – página	2.491,00	1.662,00	4.153,00
107	Capa – CD	4.772,00	2.990,00	7.762,00
108	Caderno (capa + miolo) – página	2.491,00	2.491,00	4.982,00
109	Capa de catálogo – página	2.491,00	2.491,00	4.982,00
110	Cardápio – página	2.491,00	2.491,00	4.982,00
111	Cartão de Natal	2.991,00	1.587,00	4.578,00
112	Cartão Postal	2.046,00	1.936,00	3.982,00
113	Cartaz/Cartazete	3.318,00	2.491,00	5.809,00
114	Cartilha – Texto/Arte/Diagramação – página	2.491,00	1.662,00	4.153,00
115	Catálogo de moda – página	5.389,00	2.491,00	7.880,00
116	Catálogo de produto – página	1.662,00	1.662,00	3.324,00
117	Catálogo de serviço – página	1.249,00	1.249,00	2.498,00
118	Cinta	1.807,00	1.209,00	3.016,00
119	Convite	2.990,00	1.587,00	4.577,00
120	Crachá	1.206,00	500,00	1.706,00
121	Cupom	983,00	718,00	1.701,00
122	Diploma	2.990,00	1.583,00	4.573,00
123	Etiqueta	633,00	396,00	1.029,00
124	Ficha de inscrição	737,00	534,00	1.271,00
125	Folder – lâmina/cm ²	13,00	12,00	25,00

LISTA DE VALORES REFERENCIAIS DE CUSTOS INTERNOS 2026A

126	Máscara para efeitos pós-produção de impressos (verniz localizado, cor especial, cortes, etc.) - cm ² da lâmina onde será aplicada.	12,00	12,00	12,00
127	Folheto Grampeado – capa – lâmina/cm ²	13,00	12,00	25,00
128	Folheto Grampeado – página– interna/cm ²	13,00	12,00	25,00
129	House Organ – página/cm ²	15,00	13,00	28,00
130	Livro – Capa/cm ²	33,00	21,00	54,00
131	Livro – Página Interna/cm ²	12,00	11,00	23,00
132	Mala Direta – lâmina/cm ²	13,00	12,00	25,00
133	Manual – impresso ou digital – Capa	3.318,00	3.318,00	6.636,00
134	Manual – impresso ou digital – Página Interna	3.318,00	2.491,00	5.809,00
135	Papel Bandeja	798,00	526,00	1.324,00
136	Portfólio – por página	4.562,00	1.662,00	6.224,00
137	Raspadinha	2.133,00	1.632,00	3.765,00
138	Risque rabisque	1.333,00	956,00	2.289,00
139	Relatório – impresso ou digital – Capa	6.632,00	3.318,00	9.950,00
140	Relatório – impresso ou digital – Página Interna	2.491,00	2.491,00	4.982,00
141	Revista – Capa	3.318,00	2.491,00	5.809,00
142	Revista – Página Interna (unidade)	2.491,00	5.806,00	8.297,00
143	Santinho / Praguinha	833,00	833,00	1.666,00
144	Tabela de preços – por página	6.632,00	3.318,00	9.950,00
145	Volante/Danfe/Flyer – Impresso com 1 ou 2 faces, sem dobras	1.662,00	1.249,00	2.911,00

11 - PROGRAMAÇÃO VISUAL

ITEM	TIPO	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
147	Backdrop	3.608,00	2.436,00	6.044,00
148	Bandeirola (por modelo)	2.991,00	1.587,00	4.578,00
149	Banner	2.991,00	1.587,00	4.578,00
150	Blimp / roof	1.565,00	1.452,00	3.017,00
151	Caixa	3.364,00	3.154,00	6.518,00
152	Cubo	2.833,00	1.700,00	4.533,00
153	Display	2.833,00	1.700,00	4.533,00
154	Display de chão / totem	2.833,00	1.700,00	4.533,00
155	Display ponta de gôndola	2.833,00	1.700,00	4.533,00
156	Display de vitrine	2.833,00	1.700,00	4.533,00
157	Envelopamento de frota (da empresa)	12.112,00	0,00	12.112,00
158	Envelopamento / Lona de Caminhão	12.112,00	0,00	12.112,00
159	Faixa de Gôndola / Testeira	1.702,00	1.434,00	3.136,00
160	Fundo de Palco	3.608,00	2.436,00	6.044,00

161	Infável	1.565,00	1.452,00	3.017,00
162	Layout de frota	12.112,00	0,00	12.112,00
163	Mobile	1.806,00	1.211,00	3.017,00
164	Nome Fantasia	17.882,00	0,00	17.882,00
165	Nome do Produto	17.882,00	0,00	17.882,00
166	Nome de Empreendimento Imobiliário	10.741,00	0,00	10.741,00
168	Projeto de sinalização	55.719,00	0,00	55.719,00
170	Placa	2.833,00	1.700,00	4.533,00
171	Púlpito	2.833,00	1.700,00	4.533,00
172	Saia de mesa	3.007,00	2.207,00	5.214,00
173	Uniformes	9.252,00	0,00	9.252,00
174	Woobler / stopper	1.884,00	1.665,00	3.549,00

12 – MATERIAIS DIFERENCIADOS

ITEM	MEDIANTE ORÇAMENTO ESPECÍFICO		
175	Stand para feiras / eventos (identidade visual) – custo por m ²		
176	Envelopamento de prédios – custo por m ²		
177	Fachadas de lojas – custo por projeto		
178	Impressos especiais		
179	Símbolo		
180	Trios elétricos (testeira / adesivo / painel)		
181	Vitrines – custo por projeto		

13 – CRIAÇÃO DE CAMPANHAS

ITEM	TIPO	TOTAL
182	Criação de tema / conceito de campanha (key visual)	29.776,00

14 – PAPELARIA

ITEM	TIPO	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
183	Bloco de anotações	989,00	617,00	1.606,00
184	Cartão personalizado / agradecimento	989,00	617,00	1.606,00
185	Cartão de visita	1.229,00	761,00	1.990,00
186	Cartão de visita – alteração de nome / endereço	0,00	761,00	761,00
187	Envelope Simples 1	1.117,00	1.042,00	2.159,00
188	Envelope saco / ofício	1.452,00	1.356,00	2.808,00
189	Papel carta / ofício	956,00	741,00	1.697,00
190	Papel embrulho / presente	1.241,00	959,00	2.200,00
191	Pasta	2.394,00	1.597,00	3.991,00
192	Recibos, faturas e outros papéis de escritório	956,00	741,00	1.697,00
193	Refação – adicional mínimo de 30%. Valores reais			

LISTA DE VALORES REFERENCIAIS DE CUSTOS INTERNOS 2026A

15 – LOGOTIPIA

ITEM	PEÇAS	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
194	Marca / Logotipo do Produto			35.759,00
195	Manual de identidade visual (por lâmina)			17.250,00
196	Marca / Empresa			44.917,00
197	Marca / Evento Temporário / Selo Comemorativo			8.946,00
198	Marca / Logotipo imobiliário			10.730,00
199	Marca / Reformulação			9.321,00
200	Slogan			9.373,00
201	Planejamento, desenvolvimento e criação de manual de identidade visual: valor sob consulta conforme projeto.			

16 – EMBALAGENS

ITEM	PEÇAS	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
202	Berço	8.514,00	4.193,00	12.707,00
203	Caixa de embarque	5.590,00	2.956,00	8.546,00
204	Caixa de display de produto	18.777,00	7.411,00	26.188,00
205	Cartela / tag	4.526,00	2.726,00	7.252,00
206	Cartela com saco	15.828,00	3.631,00	19.459,00
207	Embalagem adaptação	6.786,00	7.413,00	14.199,00
208	Embalagem produto	13.449,00	6.024,00	19.473,00
209	Embalagem blister / sampling	6.971,00	4.367,00	11.338,00
210	Embalagem de linha de produtos (até 5 unid.)	90.441,00	29.628,00	120.069,00
211	Embalagem promocional	20.451,00	7.413,00	27.864,00
212	Luva	12.060,00	3.990,00	16.050,00
213	Mock-ups (sem custo de terceiros)	17.306,00	6.981,00	24.287,00
214	Rótulo	2.098,00	1.674,00	3.772,00
215	Sacola	3.141,00	1.704,00	4.845,00
216	Vinheta de embalagem	3.966,00	2.404,00	6.370,00

17 – ENCARTES

ITEM	PEÇAS	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
218	Standard 1/2 página (frente e verso)	9.105,00	3.678,00	12.783,00
219	Standard 1 página (frente e verso)	13.021,00	3.678,00	16.699,00
220	Standard página dupla (frente e verso)	18.621,00	5.522,00	24.143,00
221	Tabloide 4 pág. (standard 1 dobra) – p/ lâmina	14.328,00	8.494,00	22.822,00
222	Berliner – p/lâmina (frente e verso)	13.679,00	6.075,00	19.754,00
223	Encarte – CD (por lâmina)	512,00	5.801,00	6.313,00
224	Encarte – Revista (por lâmina)	6.382,00	788,00	7.170,00

SERVIÇOS DIGITAIS

18 - ANÚNCIOS DISPLAY

ITEM	PEÇAS	PREÇOS REFERÊNCIA
225	Master (quaisquer dimensões)	9.736,00
226	Adaptação anúncio estático (alteração de arte/texto em quaisquer dimensões)	3.886,00
227	Adaptação anúncio animado (alteração de arte/texto em quaisquer dimensões)	4.274,00
228	Replicação (Ajuste de formato para outros veículos) - por formato	1.143,00
229	Replicação 18 formatos GDN*	14.316,00

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

FORMATOS PUBLICITÁRIOS MAIS UTILIZADOS	DIMENSÕES PIXEL
Arranha-céu (Skyscraper)	120 X 600
Arranha-céu largo (Wide skyscraper)	160 x 600
Banner	468 x 60
Super banner (Cabeçalho)	728 x 90
Super banner expansível	728 x 90 – 728 x 300
Giga banner (Cabeçalho grande)	970 x 90
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
FORMATOS MOBILE	
Small Banner	120x20
Medium Banner	168x28
Large Banner	216x36
FORMATOS SMART PHONES – WEB & APPS	
Banner e Banner Expansível	300x50
Wide Banner e Wide Banner Expansível	320x50
Interstitial	300x250

Observação: Formatos padrão IAB e Rede Display Google (GDN).
Sujeitos a alteração.

LISTA DE VALORES REFERENCIAIS DE CUSTOS INTERNOS 2026A

SERVIÇOS DIGITAIS

19 - OUTRAS PEÇAS

ITEM	PEÇAS	VALOR REFERÊNCIA
248	Projeto Gráfico p/ Apresentação de Slides	26.497,00
249	Telas p/ Apresentação de Slides -unidade	2.859,00
250	Post avulso simples/Anúncio Redes Sociais (jpg/gifs + texto)	8.745,00
251	Post Carrossel avulso (jpg/gifs + texto)	17.486,00
252	Cover avulso para Redes Sociais	8.745,00
ITEM	PEÇAS	criação / ANIMAÇÃO / PROGRAMAÇÃO
253	Anúncio estático para Tablet	19.465,00
254	Anúncio animado para Tablet	29.193,00

Observações:

- 1) Adaptações de materiais já criados: 50% do valor original.
- 2) Os preços de anúncio para tablets incluem a programação.

20 - PROJETOS

Os preços a seguir referem-se a projetos solicitados com mais frequência por clientes. Incluem os custos de horas-homem dos profissionais envolvidos, das áreas Atendimento, Planejamento, Gestão, Design/ Criação, Programação e Produção de Conteúdo.

PREÇOS REFERENCIAIS

A realização de um projeto pode utilizar profissionais de todas as áreas ou não. Além disso, os projetos têm especificidades e graus de complexidade diferentes, que demandam mais ou menos horas-homem. Por isso, sugerimos a seguir preços referenciais baseados em projetos de média complexidade.

ETAPAS DE TRABALHO

Etapas de trabalho possíveis para um projeto: diagnóstico, planejamento, protótipo, layout, desenvolvimento (programação) e produção de conteúdo. A existência ou não de todas as etapas depende da natureza e do grau de complexidade do projeto.

21 - BUSINESS INTELLIGENCE

A disciplina Business Intelligence é ampla com várias áreas de atuação, tais como: big data, análise qualitativa e quantitativa de dados, planejamento de TI, banco de dados, entre outras. Escolhemos inserir o preço referência do serviço mais demandado pelos clientes: análise de campanhas de comunicação.

ITEM	SERVIÇO/ESCOPO	VALOR REFERÊNCIA
257	Análise de BI - análise qualitativa de dados gerados a partir das diversas plataformas disponíveis no mercado que coletam dados nos canais utilizados nas ações. A análise consiste na interpretação do dados tabulados extraindo informações relevantes para a validação da estratégia e objetivos definidos para a ação (KPIs), gerando relatório de recomendações para a implementação de correções ou ajustes nas diversas ações em desenvolvimento.	17.515,00

Observação: Análise estimada para campanhas de porte médio, com até 5 canais digitais diferentes.
REFAÇÃO - ADICIONAL MÍNIMO DE 30%.

22 - CAMPANHAS DIGITAIS

PLANEJAMENTO DE CAMPANHA

Abrange 2 áreas distintas: planejamento estratégico de campanhas digitais e planejamento de mídia para campanhas digitais. Partimos do princípio de que as premissas globais como objetivos, metas, matriz SWOT e demais componentes de um planejamento estratégico da marca já foram feitos e implementados.

ITEM	SERVIÇO/ESCOPO	VALOR REFERÊNCIA
259	PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE CAMPANHAS 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.	91.978,00
260	PLANEJAMENTO DE MÍDIA PARA CAMPANHAS DIGITAIS A partir de briefing padrão com todas as informações referentes a campanha a ser planejada, somados as informações do planejamento estratégico da campanha, a equipe de mídia definirá: 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.	62.798,00

Observação: Análise estimada para campanhas de porte médio, com até 5 canais digitais diferentes.
REFAÇÃO – ADICIONAL MÍNIMO DE 30%.

GESTÃO DE CAMPANHA DE PERFORMANCE

Acompanhamento diário da campanha, com otimização constante, incluindo a implementação de recursos e ferramentas que visam garantir a melhor performance da conta, além do controle orçamentário da campanha.

ITEM	SERVIÇO/ESCOPO	VALOR REFERÊNCIA
262	REDE DE PESQUISA (LINKS PATROCINADOS) Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.	20% da verba gerenciada
263	REDE DE DISPLAY Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.	20% da verba gerenciada
264	PROGRAMÁTICA Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.	20% da verba gerenciada

Observação: Preço mínimo para Gestão de Campanha de Performance: R\$ 3.200/mês.
REFAÇÃO – ADICIONAL MÍNIMO DE 30%.

TABELA DE VALORES REFERENCIAIS DE CUSTOS INTERNOS 2026A

ITEM	SERVIÇO/ESCOPO	VALOR REFERÊNCIA
266	<p>PLANEJAMENTO DE REDES SOCIAIS O planejamento de redes sociais inclui definição dos objetivos, conteúdo, plataformas e canais, incluindo a identidade visual desses canais, recursos a serem utilizados, persona da marca, métricas e monitoramento de resultados. Exige um diagnóstico que consiste em mapear a atuação da marca nas diversas plataformas sociais e a identidade percebida e compartilhada por seus stakeholders.</p>	70.829,00
268	<p>GESTÃO CANAIS E CONTEÚDO PARA REDES SOCIAIS Gestão e criação de conteúdo para os canais, com periodicidade e frequência de publicação. Custo mensal incluindo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestão e criação de conteúdo para os canais, com periodicidade e frequência de publicação; • Publicação de conteúdo próprio ou de terceiros; • Planejamento recorrente dos temas abordados no mês; • Customização das fanpages com o mote do período; • Gerenciamento de fluxo de aprovação de conteúdo junto ao cliente; • Volumetria: até 03 redes sociais, postagens nas seguinte quantidades: Facebook 3 posts/semana, Twitter 1 post/dia, Instagram 2 posts/semana; • Insights para a produção de conteúdo; • Entrega e apresentação de relatório mensal. <p>Observação: para serviços com volumetria acima do previsto, o valor deverá ser calculado proporcionalmente ao recomendado.</p>	32.559,00
269	<p>GESTÃO DE MONITORAMENTO Custo mensal incluindo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Análise das menções da marca, bem como da repercussão das ações da empresa nesses canais (até 8.000 menções/mês); • Monitoramento de interações das pessoas com a marca e com as postagens; • Monitoramento das postagens com métricas, análise, avaliação de resultados; • Monitoramento de menções e temperatura de humor; • Monitoramento de resultados de ações e campanhas; • Indicadores de desempenho (KPIs); • Acordo de Nível de Serviço 8h/5dias semanais; • Entrega e apresentação de relatório mensal. <p>Observação: para serviços com volumetria acima do previsto, o valor deverá ser calculado proporcionalmente ao recomendado.</p>	20.334,00
270	<p>GESTÃO DE RELACIONAMENTO Custo mensal incluindo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Monitoramento do relacionamento dos seguidores com a marca; • Classificação do perfil de seguidores e influenciadores; • Monitoramento e análise para ações emergenciais complexas e sem complexidade; • Acordo de Nível de Serviço 8h/5dias semanais; • Volume médio de 150 interações por mês; • Entrega e apresentação de relatório mensal. <p>Observação: Os preços não incluem contratação de ferramenta de gestão e monitoramento em redes sociais. Para serviços com volumetria acima do previsto, o valor deverá ser calculado proporcionalmente ao recomendado. DIFERENÇA ADICIONAL MÍNIMO DE 10%.</p>	28.659,00

24 - SEO - SEARCH ENGINE OPTIMIZATION

ITEM	SERVIÇO/ESCOPO	VALOR REFERÊNCIA
	<p>PLANEJAMENTO Etapa fundamental para o sucesso dos projetos de SEO, o planejamento identifica os melhores termos (palavras-chave) e melhores canais para posicionar a marca, considerando o produto/serviço, concorrência e, principalmente, volume de buscas na internet, a fim de assegurar o melhor posicionamento da marca nos sites de busca. São definidas as metas e os KPIs que nortearão a gestão de SEO. Estratégias de link building, conteúdo e performance também são definidas no planejamento, bem como melhorias técnicas para otimizar a indexabilidade nos mecanismos de busca.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Análise do comportamento de busca do mercado da empresa • Definição de palavras-chave positivas e negativas que afetam a audiência; 	
271	<ul style="list-style-type: none"> • Identificação das palavras-chave que estão mais associadas ao domínio; • Definição dos melhores canais (buscadores); • Definição dos tipos de conteúdo mais adequados • Definição das estratégias de link building; • Análise do Ranking orgânico (organic) e de autoridade (authority); • Estudo de consistência das palavras-chave em páginas específicas; • Traffic source – tendências no volume de buscas para o mercado/segmento, em todos os buscadores; • Análise do Campo Semântico para qualificação da audiência desejada; • Definição da estratégia de Gestão de Autoridade; • Definição de Metas e KPIs. 	59.914,00
	<p>GESTÃO A gestão de SEO é um trabalho contínuo, visto que os algoritmos de busca evoluem constantemente. Inclui link building, instruções técnicas para otimização de páginas, códigos do site, otimização do conteúdo e das imagens, instruções para otimização de back-links e, principalmente, gestão de performance com foco nos KPIs definidos no planejamento.</p>	
	<p>DIAGNÓSTICO E SETUP INICIAL DO CANAL Consiste em ações técnicas no canal, executadas no início do trabalho de gestão, que visam corrigir falhas e tornar o canal ótimo e relevante pelos buscadores.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apontamento de otimizações da estrutura da informação no site • Melhorias no Title e Meta Description • Correções na indexação do site, rastreamento, ações manuais, dns, 404, robots, sitemaps e servidor) • Levantamento de Transferência de propriedade e autoridade de página/domínio • Análises de Broken Link, Backlinks e Link Building • Identificação de erros e fatores que podem ser interpretados como black hat • Relatório de posição do site na busca orgânica em palavras-chave positivas. 	
275		29.973,00

LISTA DE VALORES REFERENCIAIS DE CUSTOS INTERNOS 2026A

Gestão de SEO

A gestão de SEO é um trabalho contínuo, visto que os algoritmos de busca evoluem constantemente. É fundamental para chegar à primeira página dos buscadores e manter o site em evidência.

276	<ul style="list-style-type: none"> • Orientações para criação de conteúdos relacionados aos objetivos traçados; • Instruções técnicas para otimização de páginas; • Revisão constante de códigos do canal; • Otimização do conteúdo e das imagens; • Instruções para otimização de back-links; • Gestão de performance com foco nos KPIs definidos no planejamento; • Volume superior criação de um conteúdo por semana. 	24.760,00 por mês
-----	---	----------------------

Observação: Escopos e investimentos estimados para um canal de pequeno e médio porte com especificação funcional semelhante aos citados nesta tabela.

25 - WEBSITE

ITEM	SERVIÇO/ESCOPO	VALOR REFERÊNCIA
277	Responsivo com 10 seções: Home, Empresa, Serviços, Galeria de Mídias, Formulário de Contato, Formulário de Orçamento, Notícias, Clientes, Casos de Sucesso, Resultados de busca. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end para um novo website. Painel de Administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	96.650,00

26 - HOTSITE

Tecnicamente idêntico ao website, porém com uma estrutura de seções menor e mais focada a 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.

ITEM	SERVIÇO/ESCOPO	VALOR REFERÊNCIA
279	Hotsite de evento com 8 seções: Home, Sobre o Evento, Como Chegar, Agenda, Palestrantes, Patrocinadores, Formulário de Contato, Formulário de Inscrição simples, sem meio de pagamento ou controles integrados. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e backend. Painel de Administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	55.789,00

27 - MOBILE SITE

Um Mobile Site possui as mesmas características de um website, porém devem ser consideradas premissas técnicas essenciais para elevar a experiência do usuário e otimizar muito o desempenho, visto que será utilizado em dispositivos móveis.

ITEM	SERVIÇO/ESCOPO	VALOR REFERÊNCIA
281	Versão de um website já existente. 10 seções: Home, Empresa, Serviços, Galeria de Mídias (fotos, vídeos), Formulário de Contato, Formulário de Orçamento, Notícias, Clientes, Casos de Sucesso, Resultados de busca. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end Painel de Administração para atualização de conteúdo. HTML, desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes em até 10 resoluções diferentes de dispositivos móveis.	57.993,00

28 - BLOG

O Blog nada mais é que um website com foco em divulgar rapidamente informações de um modo simples e rápido.

ITEM	SERVIÇO/ESCOPO	VALOR REFERÊNCIA
283	Responsivo com 5 seções: Home, Categoria de conteúdo, Conteúdo, Resultados de Busca e Fale conosco. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. Painel de Administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	37.476,00

29 - 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.

ITEM	SERVIÇO/ESCOPO	VALOR REFERÊNCIA
285	Página única de campanha já definida no planejamento, responsiva, com os seguintes elementos: Até 3 banners em slider, até 2 blocos de textos, até 10 imagens, até 3 vídeos incorporados de ferramenta de terceiros, formulário de captação que envia um e-mail ao administrador. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	20.861,00

Observações válidas para Website, Hotsite, Mobile Site, Blog e Landing Page:

1) Os preços não incluem produção de conteúdo e ferramentas interativas não especificadas no escopo.

2) Os preços não incluem hospedagem, compra de domínio e certificados de segurança, que devem ser orçados à parte.

LISTA DE VALORES REFERENCIAIS DE CUSTOS INTERNOS 2026A

31 – E-COMMERCE

Customização de e-commerce, utilizando plataforma de mercado existente. Em caso de plataformas open source, é definido um tema padrão e com base nisso é feita toda customização. Em caso de plataforma proprietária, é utilizado o tema já existente e feito as customizações dentro dos limites da plataforma.

ITEM	SERVIÇO/ESCOPO	VALOR REFERÊNCIA
288	<p>E-commerce para empresas de pequeno e médio porte com nível de maturidade média em venda on-line. Layout e desenvolvimento front-end e back-end. Personalização das seguintes páginas: Home, Categoria de Produtos, Produto, Carrinho de Compras, Finalização de Pedido, Resultados de Busca, Institucional. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.</p> <p>Observações:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) O preço não inclui: planejamento, treinamento, homologação de meios de pagamento, homologação de formas de entrega e carga de produtos. 2) O preço não inclui desenvolvimento ou locação de plataforma, que deve ser orçado à parte. 3) O preço não inclui hospedagem, compra de domínio e certificados de segurança, que devem ser orçados à parte. 	125.475,00

32 – E-MAIL MARKETING

ITEM	SERVIÇO/ESCOPO	VALOR REFERÊNCIA
289	<p>Criação e produção do HTML</p> <p>Criação de layout com conteúdo produzido a partir de briefing do cliente, mais diagramação e produção da peça em HTML, com links e códigos para mensuração</p>	8.816,00
290	<p>Outros serviços de E-mail Marketing</p> <p>Importação, higienização e segmentação da base. Importação do HTML e programação dos disparos. Gestão: geração de relatórios, análise de performance e sugestões de ajustes.</p>	sob consulta

33 – NEWSLETTER

ITEM	SERVIÇO/ESCOPO	VALOR REFERÊNCIA
291	<p>Criação e produção do HTML</p> <p>Criação de layout mais diagramação e produção da peça em HTML, com links e códigos para mensuração. * Conteúdo especializado produzido pelo cliente.</p>	8.816,00
292	<p>Outros serviços de Newsletter</p> <p>Importação, higienização e segmentação da base. Importação do HTML e programação dos disparos. Gestão: geração de relatórios, análise de performance e sugestões de ajustes.</p>	sob consulta

34 – MODELO DE PRECIFICAÇÃO OPCIONAL – CUSTOS VARIÁVEIS

Custos referenciais hora-homem para planejamento, criação, execução e gestão de projetos digitais, com natureza e grau de complexidade diferentes e custos variáveis.

EXEMPLOS:

- Site, mobile site, hotsite, e-commerce, landing page, blog e mobile app. Análise de presença,
- Planejamento e Gestão de marcas em redes sociais.
- Planejamento e Gestão de campanhas digitais.
- Planejamento, setup e gestão de SEO.
- Produção de conteúdo especializado e multimídia para sites, redes sociais, etc.
- Criação e produção de Intervenções diferenciadas.

O orçamento final será baseado em três pilares essenciais:	ÁREA	Custo Homem/Hora
1. Detalhamento claro do escopo de trabalho;	Planejamento	1.200,00
2. Metodologia para execução e gestão de projeto;	Atendimento e Gestão	995,00
3. Tecnologia adotada.	Design/Criação	995,00
Existem 5 áreas básicas, necessárias para o desenvolvimento dos serviços digitais:	Produção de Conteúdo (web ou redes sociais)	864,00
	Programação	792,00

PROJETOS ESPECIAIS

35 – MARKETING POLÍTICO

ITEM	DESCRIÇÃO	VALOR REFERÊNCIA
293	Projetos de comunicação para campanhas eleitorais ou para CRM de Deputados, Vereadores, Prefeitos e qualquer outro cargo público deverão ser orçados de acordo com cada projeto.	sob consulta

36 – PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO

		VALOR REFERÊNCIA
299	Ação Promocional	13.401,00
300	Calendário Anual Institucional	82.191,00
301	Calendário Anual Promocional	41.544,00
302	Cases de Marketing / Mídia / RP	57.654,00
303	Planejamento de Comunicação Estadual	66.131,00
304	Planejamento de Comunicação Nacional	151.754,00
305	Planejamento de Comunicação Regional	98.008,00

Local e data

À COMISSÃO DE SELEÇÃO SESI/AP e SENAI/AP

Ref.: Seleção 010/2026.

Em cumprimento ao que prescreve o Chamamento da Seleção acima referenciada, utilizamo-nos da presente para submeter à apreciação de V.Sas. os documentos abaixo discriminados, necessários para a análise e julgamento dos Documentos de Habilitação:

(DESCREVER OS DOCUMENTOS)

Declaramos que cumprimos os Requisitos de Habilitação, que todas as informações existentes nos Documentos de Habilitação foram conferidas e que, em decorrência do exposto, assumimos integral responsabilidade por sua veracidade, eventuais erros ou omissões existentes e, ainda, que estamos de pleno acordo com todas as condições estabelecidas no Chamamento e seus anexos.

PARTICIPANTE

-nome da empresa com assinatura do se(s) representante(s) legal (is) e carimbo-

Observação: emitir em papel que identifique a entidade expedidora

V- MODELO DE APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

Local e data

À COMISSÃO DE SELEÇÃO SESI/AP e SENAI/AP

Em cumprimento ao que prescreve o Chamamento da Seleção acima referenciada, utilizamo-nos da presente para submeter à apreciação de V.Sas. os documentos abaixo discriminados, necessários para a análise e julgamento da Proposta Técnica:

(DESCREVER OS DOCUMENTOS)

Declaramos que todas as informações existentes na Proposta Técnica foram conferidas e que, em decorrência do exposto, assumimos integral responsabilidade por sua veracidade, eventuais erros ou omissões existentes e, ainda, que estamos de pleno acordo com todas as condições estabelecidas no Chamamento de seleção e seus anexos.

PARTICIPANTE

-nome da empresa com assinatura do seu(s) representante(s) legal(is) e carimbo-

À
COMISSÃO DE SELEÇÃO
SESI/SENAI-DRAP
SELEÇÃO 010/2026

OBJETO: Prestação de serviços de publicidade e propaganda

Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos:

- a) Desconto a ser concedido ao SESI/AP e SENAI/AP, sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do **Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará – SINAPRO PA:**
_____ % (_____).
 - b) Honorários incidentes sobre custos de serviços realizados por terceiros ____%
(_____).
 - c) Honorários incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referente a produção, execução etc. _____ % (_____).
1. Esta proposta é válida por _____ dias. (Mínimo de 120 dias).

Assinatura do Representante Legal

Comissão de Seleção – SELEÇÃO COM DISPUTA 010/2026

A empresa _____, inscrita no CNPJ sob o nº _____, por meio de seu representante legal Senhor (a) _____, portador da cédula de identidade nº _____, expedida pelo _____, inscrito (a) no CPF sob nº _____, DECLARA, sob as penalidades da Lei, para fins do Processo de Seleção acima referido:

- a) Que recebeu e estudou todos os documentos inerentes à presente competição e tomado conhecimento integral do teor do Chamamento de seleção supracitado, sujeitando-se às disposições nele contidas;
- b) Que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e que não emprega menores de 16 (dezesesseis) anos, salvo se na condição de aprendiz, a partir dos 14 (quatorze) anos;
- c) Que não foi declarada inidônea para licitar ou contratar com o SESI/SENAI-DR/AP e suas Entidades, bem como comunicará qualquer fato ou evento superveniente quanto à habilitação ao certame supra, especificamente à Qualificação Técnica, Regularidade Fiscal, Capacidade Jurídica e Situação Econômico-Financeira;
- d) Que na composição societária não existe participação de dirigentes ou empregados do SESI/AP;
- e) Que o Ato Constitutivo apresentado é o vigente;
- f) Que concorda e submete-se a todas e cada uma das condições impostas pelo referido Chamamento.

Atenciosamente,

Data/ nome e assinatura do responsável legal da empresa

_____, por seu Representante legalmente constituído, DECLARA, sob as penas da lei:

Que está ciente, conhece e entende os termos das leis anticorrupção brasileiras ou de quaisquer outras aplicáveis sobre o objeto da presente ata de registro de preço, comprometendo-se a abster-se de qualquer atividade que constitua uma violação das disposições destas Regras Anticorrupção, por si e por seus administradores, diretores, funcionários e agentes, bem como seus sócios que venham a agir em seu nome.

Que se obriga a conduzir suas práticas comerciais, durante a consecução do presente Contrato, de forma ética e em conformidade com os preceitos legais aplicáveis.

Que na execução do objeto deste processo de seleção, nem a empresa nem qualquer de seus diretores, empregados, agentes ou sócios agindo em seu nome, devem dar, oferecer, pagar, prometer pagar, ou autorizar o pagamento de, direta ou indiretamente, qualquer dinheiro ou qualquer coisa de valor a qualquer autoridade governamental, consultores, representantes, parceiros, ou quaisquer terceiros, com a finalidade de influenciar qualquer ato ou decisão do agente ou do governo, ou para assegurar qualquer vantagem indevida, ou direcionar negócios para, qualquer pessoa, e que violem as Regras Anticorrupção

A empresa, por si e por seus administradores, diretores, empregados, agentes, proprietários e acionistas que atuam em seu nome, concorda que contratada ou sua cliente final terão o direito de realizar procedimento de auditoria para certificar-se da conformidade contínua com as declarações e garantias dadas neste ato, mediante notificação prévia, e que deve cooperar plenamente em qualquer auditoria realizada nos termos desta Declaração.

Declara neste ato que: (a) não violou, viola ou violará as Regras Anticorrupção; (b) tem ciência que qualquer atividade que viole as Regras Anticorrupção é proibida e que conhece as consequências possíveis de tal violação, inclusive a possibilidade de rescisão motivada imediata do presente contratual, independentemente de qualquer notificação, observadas as penalidades devidas.

....., de de 2026.

.....
Empresa

.....
Representante

MINUTA CONTRATO Nº xxx/2026 – SESI/SENAI-DR/AP

QUE ENTRE SI CELEBRAM SERVIÇO SOCIAL DA INDÚSTRIA - SESI-DR/AP, O SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM INDUSTRIAL – SENAI-DR/AP E A EMPRESA XXXXXX.

O **SERVIÇO SOCIAL DA INDÚSTRIA – SESI-DR/AP**, inscrito no CNPJ nº 03.775.620/0001-90, pessoa jurídica de direito privado, com sede na Rua Leopoldo Machado, nº 2749, Bairro Trem, Macapá/AP, CEP: 68.901-130 e o **SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM INDUSTRIAL – SENAI-DR/AP**, inscrito no CNPJ nº 03.775.690/0001-49, pessoa jurídica de direito privado, com sede na Av. Padre Júlio Maria Lombaerd, nº 2000, Bairro Santa Rita, Macapá/AP, CEP: 68901-283, doravante denominado **CONTRATANTE**, neste ato representado por seu (sua) xxxx, Sr(a). xxxxxxxx, no uso de suas atribuições conferidas, e, de outro lado, a empresa **XXXXXXX**, inscrita no CNPJ nº XXXXXXXX, estabelecida na Rua XXXXXXXX, nº XXXXXXXX, Bairro XXXXXXXX, CEP: XXXXXXXX, Cidade XXXXX/XXX, telefone: (XX) XXXXX, Banco XXXXXXXX, Agência Nº XXXXXXXX, Conta Corrente Nº XXXXXXXX, doravante denominada **CONTRATADA**, neste ato representada legalmente por seu (sua) XXXX, Sr(a). XXXXXXXX, portador(a) da Carteira de Identidade nº XXXXXXXX, CPF nº XXXXXXXX, tem, entre si, justo e avençado e celebram, de conformidade com o disposto no Regulamento para Contratação e Alienação do SESI/SENAI, consoante as seguintes cláusulas:

CLÁUSULA PRIMEIRA - ORIGEM DO CONTRATO

1.1. Este Contrato decorre do CHAMAMENTO PÚBLICO – SELEÇÃO COM DISPUTA Nº XX/2026 – SESI/SENAI-DR/AP, cujo processo de seleção seguiu as etapas estabelecidas no Regulamento para Contratação e Alienação do SESI/SENAI.

1.2. Este instrumento guarda inteira conformidade com os termos do PROCESSO Nº XXXXX/2026 e do CHAMAMENTO PÚBLICO – SELEÇÃO COM DISPUTA Nº XX/2026 – SESI/SENAI -DR/AP e seus Anexos, do qual é parte integrante e complementar (TRANSCRITOS OU NÃO) do presente contrato, vinculando-se ainda, os demais documentos anexados ao Processo e a proposta da CONTRATADA.

CLÁUSULA SEGUNDA - OBJETO CONTRATUAL

2.1. Contratação de empresa especializada na prestação de serviços de publicidade e propaganda.

CLÁUSULA TERCEIRA – DOS ANEXOS:

3.1. São partes integrantes e complementares deste instrumento, independentemente de transcrição e anexo ao final:

I. Termo de Referência, anexo XX do CHAMAMENTO PÚBLICO – SELEÇÃO COM DISPUTA Nº XX/2026 – SESI/SENAI-DR/AP.

II. Proposta de preços da CONTRATADA.

3.2. No caso de divergência técnica entre este instrumento e o(s) anexo(s) acima, prevalecerá as informações do Termo de Referência, anexo XX do CHAMAMENTO PÚBLICO – SELEÇÃO COM DISPUTA Nº XX/2026 – SESI/SENAI-DR/AP.

CLÁUSULA QUARTA - CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO

4.1. A CONTRATADA deverá se cadastrar e/ou regularizar seu cadastro, no sistema cotações e-compras (<https://sistema.cotacoesecompras.com.br/login.php>). Após a realização do cadastro no sistema, a CONTRATADA deverá realizar o aceite do contrato (denominação no Portal Cotações E-Compras) e o(s) recebimento(s) de acate do(s) Pedido(s) de Compras (ou outro similar utilizado) que será enviado(s) no sistema e deverão ser recebido/aceito(s) no prazo de 48 (quarenta e oito) horas.

4.2. A contratação obedecerá ao Regulamento para Contratação e Alienação do SESI/SENAI.

4.3. Não haverá reajuste dos preços dos serviços contratados, nem compensação financeira, tendo em vista que a remuneração da CONTRATADA observará a Tabela Referencial de Custos em Reais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará – SINAPRO/PA. Eventuais alterações de valores somente serão admitidas na hipótese de atualização formal da referida tabela, devidamente comprovada e aplicada nos termos nela estabelecidos.

4.4. A CONTRATADA deverá atender as condições de execução detalhadas no ANEXO I – ESPECIFICAÇÕES DO OBJETO CONTRATUAL deste instrumento.

CLÁUSULA QUINTA – DAS OBRIGAÇÕES DAS PARTES

5.1. Constituem obrigações da CONTRATADA:

- i. realizar o cadastro ou manter atualizadas as informações no Portal Cotações E-Compras, sistema por meio do qual a CONTRATADA deverá realizar o aceite do contrato (conforme denominação utilizada no referido sistema) e efetuar o recebimento e aceite do(s) Pedido(s) de Compra (ou documento equivalente) no prazo máximo de 48 (quarenta e oito) horas após o seu envio, conforme detalhado na CLÁUSULA QUARTA - CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO.
- ii. manter, durante toda a execução do contrato, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas, incluindo a regularidade fiscal, com a apresentação das certidões necessárias.
- iii. executar o objeto contratual (campanhas, peças, planejamento de mídia e demais serviços de publicidade) em estrita conformidade com os briefings e cronogramas aprovados, comunicando imediatamente ao CONTRATANTE, por escrito, acerca de quaisquer dificuldades que possam comprometer os prazos ou a qualidade das entregas.
- iv. solucionar todos os eventuais problemas pertinentes ou relacionados à execução, veiculação e/ou entrega do objeto contratual, sem ônus adicionais para ao CONTRATANTE, bem como comunicar imediatamente o CONTRATANTE e documentar a ocorrência diante de quaisquer dificuldades que possam comprometer os prazos ou a qualidade das entregas.
- v. refazer, corrigir ou substituir, no prazo indicado na notificação formal, qualquer peça, material ou serviço que apresente erros de revisão, ortografia, formatação, áudio e/ou vídeo, falhas técnicas ou desconformidades em relação ao *briefing* e às especificações contratadas, sem qualquer ônus adicional para o CONTRATANTE, assumindo integralmente as despesas de retrabalho eventualmente cobradas por terceiros quando decorrentes de falha ou aprovação indevida da CONTRATADA
- vi. responder integralmente pelos danos materiais, morais, reputacionais e/ou à imagem causados ao CONTRATANTE ou a terceiros, decorrentes de ação ou omissão, culposa ou dolosa, incluindo atrasos, falhas de veiculação, erros de arte ou quaisquer desconformidades na execução do objeto contratual, obrigando-se a ressarcir o CONTRATANTE por todos os valores despendidos a título de multas, indenizações ou penalidades decorrentes de tais falhas.
- vii. disponibilizar 1 (um) profissional para que, se necessário, o CONTRATANTE entre em contato direto a fim de dirimir eventuais dúvidas que surjam durante a vigência contratual, com acesso ao serviço de telefonia fixa e móvel, bem como via e-mail, para atender às solicitações do CONTRATANTE, objetivando evitar interrupções ou paralisações na execução do objeto contratual.
- viii. arcar, integral e exclusivamente, com todas as despesas e custos, diretos e indiretos, necessários à execução do escopo interno da agência, incluindo, mas não se limitando a, encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais, comerciais e tributários decorrentes de sua atividade, apresentando ao CONTRATANTE, sempre que solicitado, os competentes comprovantes de regularidade fiscal e trabalhista, ficando expressamente estabelecido que não haverá qualquer responsabilidade solidária ou subsidiária do CONTRATANTE por tais obrigações.
- ix. garantir que todas as peças e campanhas criadas estejam em conformidade com a legislação vigente, em especial o Código de Defesa do Consumidor, as normas do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR), a Lei Geral de Proteção de Dados (Lei n.º 13.709/2018 — LGPD) e demais normas aplicáveis, respondendo civil e criminalmente por eventuais autuações, multas ou danos decorrentes de seu descumprimento.
- x. assegurar, sob sua exclusiva responsabilidade: (a) a correta liberação, cessão e/ou licenciamento de todos os direitos autorais, conexos, de uso de imagem, som e voz e demais direitos de propriedade intelectual de terceiros envolvidos nas campanhas, garantindo ao CONTRATANTE o uso dos materiais livre de quaisquer ônus, restrições ou reivindicações, nos limites das praças e prazos de veiculação acordados; e (b) a negociação das condições mais vantajosas relativas a tais direitos, inclusive para fins de reutilização de peças publicitárias.
- xi. cumprir integralmente as obrigações relativas à cessão de direitos patrimoniais de autor, nos termos da Cláusula de Direitos Autorais deste Contrato, garantindo ao CONTRATANTE todos os direitos nela previstos. A CONTRATADA deverá, ainda, disponibilizar os arquivos abertos (matrizes e/ou arquivos-fonte) de todas as peças e materiais produzidos no âmbito contratual, sempre que solicitado, bem como obrigatoriamente no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos contados do término ou rescisão do Contrato.

- xii. abster-se de utilizar o nome, a marca, o logotipo ou qualquer outro elemento de identidade visual do CONTRATANTE em portfólios, materiais promocionais, cases ou quaisquer publicações sem autorização prévia e expressa por escrito.
- xiii. executar diretamente o objeto contratual, a criação e o planejamento estratégico, admitindo-se a subcontratação de serviços especializados inerentes à atividade publicitária, desde que: (a) previamente comunicados ao CONTRATANTE com identificação dos subcontratados; (b) submetidos a cotação com, no mínimo, 3 (três) propostas de fornecedores independentes entre si e sem vínculo com a CONTRATADA; e (c) aprovados expressamente pelo CONTRATANTE. A subcontratação não autorizada configura infração contratual, mantendo-se a CONTRATADA integralmente responsável pela qualidade e pelos resultados dos serviços subcontratados.
- xiv. obter autorização prévia e por escrito do CONTRATANTE para a realização de quaisquer despesas relacionadas à produção, veiculação ou demais serviços vinculados ao objeto contratual, vedada a ratificação posterior.
- xv. empregar esforços para obter as melhores condições comerciais junto a terceiros, repassando integralmente ao CONTRATANTE quaisquer descontos, bonificações, reaplicações, prazos diferenciados ou outras vantagens obtidas, inclusive as decorrentes de antecipação de pagamento, documentando e comprovando o efetivo repasse sempre que solicitado.
- xvi. negociar as condições mais vantajosas relativas a direitos autorais, uso de imagem, som, voz, obras intelectuais e demais licenças necessárias à produção e reutilização de peças publicitárias.
- xvii. aceitar, nas mesmas condições, os acréscimos que se fizerem necessários no quantitativo do objeto, até o limite de 50% (cinquenta por cento) do valor total contratado, ressalvadas as supressões decorrentes de acordo entre as partes.

5.2. Constituem obrigações do CONTRATANTE:

- i. fornecer à CONTRATADA, em tempo hábil, todas as informações, diretrizes e elementos técnicos indispensáveis à adequada execução do objeto contratual.
- ii. manifestar aprovação ou solicitar os ajustes referentes às peças, campanhas e materiais submetidos pela CONTRATADA, observando o prazo acordado entre as Partes no momento da solicitação do serviço;
- iii. formalizar, por escrito, todas as orientações relativas à execução dos serviços, admitindo-se, em caráter excepcional, instruções verbais, desde que ratificadas por escrito no prazo máximo de 24 (vinte e quatro) horas.
- iv. acompanhar e fiscalizar a execução do objeto contratual por meio de empregado formalmente designado, com competência para registrar ocorrências, determinar correções e adotar as medidas necessárias, podendo, a qualquer tempo, exigir relatórios, planos de ação e demais documentos comprobatórios.
- v. notificar formalmente a CONTRATADA acerca de quaisquer irregularidades, vícios, falhas ou desconformidades constatadas, fixando prazo razoável para sua correção, sob pena de aplicação das sanções previstas neste instrumento.
- vi. avaliar a qualidade dos serviços prestados, podendo recusá-los, no todo ou em parte, quando em desacordo com as especificações pactuadas, bem como suspender o pagamento até a completa regularização, sem prejuízo das demais penalidades aplicáveis.
- vii. efetuar os pagamentos devidos à CONTRATADA nos prazos e condições estabelecidos neste instrumento, realizando as retenções tributárias legalmente exigíveis sobre o valor das notas fiscais apresentadas, condicionados ao regular adimplemento das obrigações contratuais.
- viii. não responder por obrigações assumidas pela CONTRATADA perante terceiros, nem por danos por ela causados, ainda que decorrentes de atos de seus empregados, prepostos ou subcontratados, inexistindo qualquer responsabilidade solidária ou subsidiária do CONTRATANTE por obrigações de natureza trabalhista, previdenciária, fiscal, civil ou de qualquer outra espécie decorrentes da execução do contrato pela CONTRATADA.

5.3. Das Obrigações de Confidencialidade

5.3.1. As partes obrigam-se a manter sigilo absoluto sobre todas as informações confidenciais a que tiverem acesso em razão deste contrato, incluindo, mas não se limitando a, dados, estratégias, campanhas, documentos e materiais técnicos, independentemente do meio em que se apresentem.

5.3.2. A obrigação de confidencialidade não se aplica às informações que:

- a) sejam ou venham a se tornar de domínio público, sem violação deste contrato;
- b) já eram de conhecimento prévio e legítimo da parte receptora; ou
- c) cuja divulgação seja exigida por lei, regulamento ou decisão judicial ou administrativa competente, hipótese em que a parte deverá, sempre que possível, comunicar previamente a outra parte.

5.3.3. O descumprimento da obrigação de confidencialidade sujeitará a parte infratora ao pagamento de indenização por perdas e danos, sem prejuízo das demais sanções contratuais cabíveis, permanecendo a obrigação vigente pelo prazo de 5 (cinco) anos após o término ou rescisão contratual.

CLÁUSULA SEXTA - DA VIGÊNCIA

6.1. A vigência do presente contrato será de 12 (doze) meses, contados a partir da data de assinatura, podendo ser prorrogado mediante acordo entre as Partes, por meio de termo(s) aditivo(s), não podendo ultrapassar o limite máximo estabelecido no inciso II do Art. 34 do Regulamento para Contratação e Alienação do SESI/SENAI.

Parágrafo Único: Quando a vigência acumulada, incluídas eventuais prorrogações, atingir 5 (cinco) anos, a continuidade da contratação ficará condicionada à justificativa atestando que as condições e os preços permanecem vantajosos para o SESI/SENAI Amapá, permitida a negociação com o contratado ou a extinção contratual sem ônus para qualquer das partes, conforme previsto no Regulamento para Contratação e Alienação do SENAI.

CLÁUSULA SÉTIMA - DA DOTAÇÃO ORÇAMENTARIA

7.1. Os recursos para atender a presente despesa estão previstos no orçamento constante do SESI/SENAI-DR/AP, exercício de 2026/2027, conforme abaixo:

UNIDADE	CENTRO DE RESPONSABILIDADE
50.05.01.03 – Comunicação e Mercado Corporativo	1.02.01.01.03.1 - Gestão da Comunicação Corporativa

CLÁUSULA OITAVA – DO VALOR PARA A CONTRATAÇÃO

8.1. O valor global, estimado, do presente Contrato é de **R\$ XXXXXXXXX (XXXXXXXX)**, que serão pagos mediante apresentação de Nota(s) Fiscal(s), na qual estejam discriminados os serviços prestados, acompanhada de toda documentação exigida e devidamente atestada pelo fiscal do contrato.

8.2. O valor acima inclui todas as despesas ordinárias diretas e indiretas decorrentes da execução do objeto, inclusive tributos e/ou impostos, encargos sociais, trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais incidentes, taxa de administração, frete, seguro e outros necessários ao cumprimento integral do objeto da contratação.

8.3. A CONTRATADA concederá descontos conforme os percentuais a seguir:

- xx% sobre os custos internos da agência, apurados com base na Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará (SINAPRO/PA) vigente.
- Xx% s sobre os custos de serviços realizados por terceiros, a título de taxa de administração (honorários);
- Xx% sobre os custos de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças ou materiais cuja distribuição não proporcione à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

CLÁUSULA NONA - DO PAGAMENTO

9.1. Os pagamentos serão efetuados à CONTRATADA mediante a **comprovação da execução dos serviços**, observadas as seguintes condições:

- Veiculação:** mediante apresentação dos documentos de cobrança emitidos pelos veículos de comunicação, acompanhados das respectivas tabelas de preços e comprovantes de veiculação;
- Criação, produção e finalização:** mediante apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos detalhados de despesas e comprovação dos serviços executados, aplicando-se o percentual de desconto sobre os custos internos, conforme tabela referencial do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará – SINAPRO/PA;
- Serviços de terceiros:** mediante apresentação dos documentos de cobrança, comprovantes de execução e entrega dos serviços, observados os valores previamente aprovados pelo CONTRATANTE, aplicando-se o desconto contratual sobre os custos de fornecedores.

9.2. Os pagamentos relativos a serviços de terceiros, inclusive veiculação, serão realizados pela CONTRATADA, nos prazos e condições previamente aprovados pelo CONTRATANTE e pactuados com os respectivos fornecedores.

9.3. Os pagamentos serão realizados em até 30 dias após a emissão da NF e atesto desta pelo gestor fiscal do contrato, mediante depósito bancário ou boleto, em favor da CONTRATADA e devendo a Nota Fiscal ser entregue entre os dias 1º e 20 de cada mês. Após este prazo, deverá a NF somente ser apresentada no exercício do mês seguinte para que não exceda a competência.

9.4. A emissão da Nota Fiscal/Fatura pela CONTRATADA ficará condicionada à prévia solicitação formal por meio de Pedido(s) de Compra(s), ou instrumento equivalente, a ser encaminhado pelo sistema de cotações e-compras, não sendo admitida a apresentação de Nota Fiscal com data anterior ao respectivo pedido.

9.5. O pagamento ficará condicionado à apresentação de Nota Fiscal/Fatura devidamente detalhada, acompanhada da comprovação da execução dos serviços, mediante envio, em formato digital (PDF), de documentos válidos na data do pagamento, a saber:

- a) Relatório comprobatório da execução dos serviços, apresentado em papel timbrado e devidamente assinado eletronicamente;
- b) Certificado de Regularidade do FGTS (CRF);
- c) Certidão de Regularidade perante o INSS;
- d) Certidão Conjunta de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União;
- e) Certidão de Regularidade perante a Fazenda Municipal (ISSQN), quando aplicável.

9.5.1. Na hipótese de solicitação das certidões referidas no item anterior, a não apresentação pela CONTRATADA ensejará sua notificação para regularização. Persistindo a irregularidade por ocasião do pagamento subsequente, poderá ser caracterizado descumprimento de condição contratual, passível de rescisão.

9.6. Caso a nota fiscal/fatura seja devolvida por inexistência, o novo prazo será contado a partir da sua reapresentação e novo "atesto";

9.7. A devolução da nota fiscal/fatura não aprovada, em hipótese alguma servirá de pretexto para que a CONTRATADA suspenda a prestação dos serviços;

9.8. A CONTRATADA indicará na nota fiscal/fatura o nome do Banco e o número da agência e da conta corrente para efetivação do pagamento;

9.9. Havendo erro na nota fiscal/fatura ou outra circunstância que desaprove a liquidação da despesa, o pagamento será susinado até que a CONTRATADA providencie as medidas saneadoras necessárias, não ocorrendo, neste caso, quaisquer ônus ao CONTRATANTE;

9.10. Nenhum pagamento será efetuado enquanto pendente de liquidação qualquer obrigação financeira que lhe for imposta, em virtude de penalidade ou inadimplência, sem que isso gere direito a reajustamento de preços;

9.11. A atualização financeira prevista no item anterior será incluída na fatura correspondente a ocorrência;

9.12. A mora na apresentação das certidões ou documentos pertinentes ou a reiterada procrastinação em apresentá-los é causa de rescisão do contrato;

9.13. Não haverá, sobre hipótese alguma, pagamento antecipado.

9.14. Nota Fiscal relativa a materiais fornecidos por empresas sediadas em outros Estados da Federação deverá estar acompanhada do respectivo selo fiscal eletrônico, destinado à autenticação das operações interestaduais.

CLÁUSULA DÉCIMA - DOS DIREITOS AUTORAIS

10.1. Na execução do presente Contrato, deverão ser observados os preceitos da Lei nº 9.610/1998 (Lei de Direitos Autorais), aplicando-se as disposições abaixo.

10.1.1. A CONTRATADA cede ao CONTRATANTE, de forma total, definitiva, irrevogável e irretroatável, todos os direitos patrimoniais de autor sobre as ideias, criações, peças, campanhas, estratégias, layouts, textos, artes, vídeos e demais materiais produzidos no âmbito deste Contrato, incluindo os direitos de uso, reprodução, adaptação, distribuição, comunicação e exploração, em qualquer meio ou suporte, no Brasil e no exterior, a qualquer tempo, inclusive após o término ou rescisão contratual, sem ônus adicional.

10.1.2. O valor correspondente à cessão de direitos patrimoniais de autor encontra-se integralmente incluído na remuneração contratual, não sendo devido qualquer pagamento adicional, a qualquer título, durante ou após a vigência do Contrato.

10.1.3. O CONTRATANTE poderá utilizar os materiais diretamente ou por intermédio de terceiros, podendo modificá-los, adaptá-los ou reutilizá-los, sem qualquer limitação temporal ou obrigacional perante a CONTRATADA.

10.1.4. Quando houver necessidade de contratação de terceiros para produção ou execução de serviços correlatos, a CONTRATADA deverá assegurar a prévia formalização de instrumentos contratuais que garantam a cessão dos direitos patrimoniais de forma compatível com esta cláusula, sempre que legalmente possível, bem como apresentar, quando solicitado, alternativas de contratação que contemplem cessão temporária e cessão definitiva.

10.1.5. A CONTRATADA deverá assegurar que todos os contratos firmados com terceiros envolvidos na execução do objeto contenham cláusulas expressas de cessão de direitos autorais, de imagem, voz e demais direitos conexos, garantindo ao CONTRATANTE o uso irrestrito dos materiais, inclusive após o término da relação contratual.

10.1.6. Todos os custos relativos a direitos autorais, cessões, cachês ou licenças de terceiros deverão estar previamente discriminados nos orçamentos apresentados, sendo considerados custos de produção, vedada qualquer cobrança adicional posterior ao CONTRATANTE.

10.1.7. A CONTRATADA deverá apresentar, sempre que solicitado, os contratos, autorizações e comprovantes de quitação referentes à utilização de obras, imagens, vozes ou quaisquer outros elementos protegidos por direitos de terceiros.

10.1.8. Fica assegurado ao CONTRATANTE o direito de reutilizar, reproduzir e adaptar livremente as peças e materiais desenvolvidos, inclusive por terceiros ou parceiros institucionais, sem que isso gere qualquer direito adicional à CONTRATADA.

10.1.9. A CONTRATADA também cede ao CONTRATANTE os direitos patrimoniais sobre materiais, metodologias, peças e criações próprias da agência desenvolvidas especificamente para execução deste Contrato, garantindo sua utilização institucional contínua, sem restrição de forma, tempo ou finalidade.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DO ACOMPANHAMENTO E FISCALIZAÇÃO

11.1. A execução e a entrega do objeto contratual serão acompanhadas e fiscalizadas pelo Gestor e pelo Fiscal, formalmente designados ao final deste contrato e por meio de e-mail de gestão de contratos, aos quais compete a gestão do presente instrumento. O referido acompanhamento e fiscalização não desincumbem, não excluem nem atenuam a CONTRATADA de suas responsabilidades e obrigações contratuais, tampouco a eximem de responder por eventuais falhas na execução e/ou entrega do objeto contratual.

11.2. O Gestor e o Fiscal exercerão suas atribuições nos termos da Política de Gestão de Contratos, instituída pela Ordem de Serviço Conjunta – Intervenção nº 088/2025 – SENAI/SESI-DR/AP, a qual estabelece diretrizes, procedimentos e responsabilidades necessárias à adequada condução, acompanhamento e fiscalização de contratos no âmbito do SENAI/SESI Amapá.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

12.1. Na hipótese de descumprimento ou inexecução, total ou parcial, do objeto contratual, a CONTRATADA será formalmente notificada, sendo-lhe concedido prazo para correção e apresentação de manifestação, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

12.2. No caso de inexecução total ou parcial, poderá o CONTRATANTE, **mediante regular processo administrativo**, assegurados o contraditório e a ampla defesa, **aplicar, isolada ou cumulativamente**, conforme a gravidade da infração, a reincidência, o grau de culpabilidade e os danos ocasionados, as seguintes sanções administrativas: **advertência, multa, rescisão contratual e suspensão do direito de contratar com o Sesi/SENAI**, pelo prazo não superior a **5 (cinco) anos, sem prejuízo da obrigação de indenizar as perdas e danos apurados**, nas formas adiante especificadas.

I – Advertência por escrito, será aplicada nos seguintes casos:

- A) descumprimento das obrigações contratuais que não acarretem prejuízo financeiro ao CONTRATANTE;
- b) execução insatisfatória, inexecução do Contrato, ou pequenos transtornos no desenvolvimento do objeto contratado, desde que sua gravidade não recomende a aplicação de multa ou penalidade mais grave.

II – Multa:

- a) nas hipóteses de mora quanto ao cumprimento das obrigações, a CONTRATADA poderá ser aplicada multa diária de 0,2% (dois décimos por cento) sobre o valor do Contrato, limitada a 30 (trinta) dias.
- b) o inadimplemento parcial do Contrato ensejará a aplicação de multa em favor do CONTRATANTE equivalente a 10% (dez por cento) do valor total do Contrato, sem prejuízo da possibilidade de rescisão, da aplicação da multa rescisória e das eventuais perdas e danos complementares apuradas.
- c) o inadimplemento injustificado da CONTRATADA por prazo superior a 30 (trinta) dias dará ao CONTRATANTE o direito de considerar resolvido o Contrato, independentemente de prévia interpelação judicial ou extrajudicial, respondendo ainda a CONTRATADA pelas penalidades e pelas perdas e danos decorrentes.
- e) as eventuais multas e outros valores devidos pela CONTRATADA ao CONTRATANTE poderão ser compensados nas parcelas vincendas ou já vencidas, deduzidas da garantia ou poderão ser cobradas judicialmente, se for o caso.
- f) as multas a que se referem os itens acima serão descontadas dos pagamentos devidos pelo CONTRATANTE ou cobradas diretamente da empresa, amigável ou judicialmente, e poderão ser aplicadas cumulativamente com as demais sanções previstas neste tópico.

III - Suspensão do direito de contratar com o Sesi/SENAI.

- a) a penalidade de suspensão do direito de contratar com o Sesi/SENAI poderá ser aplicada quando: a CONTRATADA que convocada e, sem justificativa, não se apresentar para celebrar/assinar o contrato; deixar de entregar ou apresentar documentação falsa exigida; ensejar o retardamento da execução de seu objeto; não mantiver a proposta; falhar ou fraudar na execução do contrato; comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude fiscal; reincidência de execução insatisfatória dos serviços contratados; reincidência na aplicação das penalidades de

advertência ou multa; condenação definitiva por praticar fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos, irregularidades e na inexecução total ou parcial de que decorra rescisão contratual, a critério do CONTRATANTE.

b) poderá ser aplicada a penalidade de suspensão do direito de licitar com o Sesi/SENAI, pelo prazo máximo de 5 (cinco) anos.

12.3. As penalidades poderão ser aplicadas tantas vezes quantas forem as irregularidades constatadas.

12.4. Fica assegurada a defesa prévia da CONTRATADA, em qualquer caso de aplicação de penalidade, no prazo de 5 (cinco) dias úteis (consideradas horas úteis das 8h às 18h, de segundas-feiras a sextas-feiras), contados da intimação do ato.

12.5. Não serão aplicadas penalidades nas hipóteses de caso fortuito ou força maior, devidamente comprovadas. A CONTRATADA deverá comunicar, por escrito e justificadamente, as ocorrências de caso fortuito ou força maior impeditivas da prestação de serviços, no prazo máximo de 2 (dois) dias úteis contados da data da ocorrência, sob pena de não poder alegá-los posteriormente.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DA RESILIÇÃO E RESCISÃO CONTRATUAL

13.1. Este Contrato poderá ser resiliado unilateralmente pelo CONTRATANTE, atendida sempre a conveniência administrativa.

Parágrafo primeiro. No caso de resilição, deverá a CONTRATADA ser notificada por escrito, com antecedência mínima de 30 (trinta) dias, respeitadas as obrigações exigíveis até a data da resilição do contrato.

13.2. O inadimplemento total ou parcial das obrigações contratuais assumidas dará ao CONTRATANTE o direito de dar por resolvido o presente Contrato, de pleno direito, independentemente de aviso, interpelação ou notificação judicial ou extrajudicial, sem que, por isso, seja obrigado a pagamento de indenização, multa ou ônus de qualquer natureza, após notificação prévia e não saneamento no prazo concedido.

13.3. Caberá ainda, a resolução do Contrato nos casos em que a CONTRATADA:

- a) descumprir, total ou parcial, quaisquer das obrigações/responsabilidades previstas neste contrato.
- b) cometer, de forma reiterada, faltas ou defeitos na execução do objeto contratual.
- c) proceder na dissolução da sociedade ou liquidação da CONTRATADA.
- d) proceder a alteração societária, do objeto social ou modificação da finalidade ou da estrutura da empresa que, a juízo do CONTRATANTE, prejudique a execução o contrato.
- e) atrasar injustificadamente o início da execução do objeto contratual ou durante sua execução.
- f) paralisar os serviços sem justa causa e prévia comunicação ao CONTRATANTE.
- g) demonstrar incapacidade técnica ou inidoneidade.
- h) incidir em recuperação judicial ou extrajudicial.
- i) tiver decretada sua falência, dissolver-se ou extinguir-se.
- j) infringir qualquer outra disposição do contrato.
- k) outras causas relacionadas neste contrato ou não, que indiquem conduta desabonadora da CONTRATADA.
- l) subcontratar total ou parcial do seu objeto, sem conhecimento ou autorização expressa do CONTRATANTE.

13.4. A rescisão do contrato provocada pela CONTRATADA, mediante comprovação de condutas previstas, implicará de pleno direito à cobrança pelo CONTRATANTE de multa de 10% (dez por cento) do valor global deste Contrato.

13.5. Não incidirão, todavia, sobre as infrações/multas decorrentes de “caso fortuito” ou de “força maior”, se devidamente comprovados.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - PROTEÇÃO DE DADOS

14.1. A CONTRATADA declara-se ciente e concorda, bem como adotará todas as medidas para deixar seus parceiros, Colaboradores e clientes também cientes, e que o CONTRATANTE em decorrência do presente Contrato poderá ter acesso, utilizará, manterá e processará, eletrônica e manualmente, informações e dados prestados pela CONTRATADA e seus clientes (“Dados Protegidos”), exclusivamente para fins específicos de prestação dos Serviços objetos deste instrumento.

14.2. As Partes declaram-se cientes dos direitos, obrigações e penalidades aplicáveis constantes da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei 13.709/2018) (“LGPD”), e obrigam-se a adotar todas as medidas razoáveis par garantir, por si, bem como seu pessoal, colaboradores, empregados e subcontratados que utilizem os Dados Protegidos na extensão autorizada na referida LGPD.

14.3. A CONTRATADA deve dar ciência aos seus clientes sobre a LGPD e garantir que possui todos os consentimentos e avisos necessários para permitir a transferência legal de dados pessoais de seus clientes para que o CONTRATANTE exerça os Serviços.

14.4. O CONTRATANTE não será responsabilizado civil ou criminalmente pelo descumprimento da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) pela CONTRATADA, ainda que esta tenha agido culposamente.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DA ANTICORRUPÇÃO

15.1. As PARTES comprometem-se, sob as penas previstas neste instrumento e na legislação aplicável, a conhecer, monitorar e cumprir rigorosamente todas as leis anticorrupção brasileiras, incluindo, mas não se limitando, as políticas internas do CONTRATANTE e ao Código de Ética e Conduta do Sesi/SENAI Amapá, disponível para download no site: <https://www.ap.sesi.org.br>.

15.2. As PARTES declaram e garantem que não estão envolvidos ou irão se envolver, direta ou indiretamente, por seus representantes, administradores, diretores, conselheiros, sócios ou acionistas, assessores, consultores, subcontratados, parte relacionada, durante o cumprimento das obrigações previstas no Contrato, em qualquer atividade ou prática que constitua uma infração aos termos da Lei Anticorrupção (Lei nº 12.846/2013) e demais regulamentos (em conjunto, "Leis Anticorrupção").

15.3. O não cumprimento por qualquer das PARTES das Leis Anticorrupção e/ou das Políticas de Compliance do CONTRATANTE será considerada uma infração grave e conferirá a outra parte o direito de, agindo de boa-fé, declarar rescindido imediatamente o presente instrumento, sem qualquer ônus de penalidade, sendo o autor da infração responsável por perdas e danos, nos termos da legislação aplicável.

15.4. A CONTRATADA concorda que, o CONTRATANTE terá o direito de realizar auditoria, a qualquer tempo, a fim de verificar o cumprimento do disposto nas Leis Anticorrupção, Prevenção à Lavagem de Dinheiro e Financiamento ao Terrorismo e nas Políticas de Compliance do CONTRATANTE.

15.5. A CONTRATADA autoriza o CONTRATANTE a proceder a *due diligence*, sempre que necessário, quanto à luz da solidez e regularidade econômica, preservada a confidencialidade e sigilo das informações obtidas.

15.6. A CONTRATADA obriga-se a participar, por meio de seus representantes legais ou preposto, de treinamentos referentes as políticas de Compliance e demais normativas anticorrupção e lavagem de dinheiro, mantidas pelo CONTRATANTE, quando convocado. Na data e horário do evento, se não houver a participação da CONTRATADA, o CONTRATANTE notificará e realizarão nova convocação.

Parágrafo único: Havendo recorrência de ausência, sem justificativa plausível, o contrato poderá ser rescindido sem quaisquer ônus e penalidades ao CONTRATANTE.

15.7. Nos casos em que ocorrer danos à imagem e reputação do CONTRATANTE, levando ainda a possibilidade de lucro cessante em decorrência de atos ou fatos que violem às Leis Anticorrupção e Lavagem de Dinheiro, desde que devidamente comprovado, a CONTRATADA se obrigará a reparar os danos materiais e morais, independentemente de dolo ou culpa.

Parágrafo único: Caso comprovado o prejuízo sofrido pelo CONTRATANTE, poderá ser retido valores decorrentes de serviços prestados pela CONTRATADA para ressarcimento dos prejuízos sofridos.

15.8. Qualquer violação às políticas de Compliance, ao Código de Ética e Conduta do Sesi/SENAI Amapá e, ou denúncias deverão ser reportadas à Ouvidoria, no site: <http://www.ap.sesi.org.br/transparencia-sesi/integridade/ouvidoria>.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - DAS DIRETRIZES ESG APLICÁVEIS

I - DAS DIRETRIZES GERAIS ESG

16.1. Para os fins deste contrato, ESG corresponde aos critérios Ambientais, Sociais e de Governança (*Environmental, Social and Governance*), os quais orientam a atuação responsável, ética e sustentável das organizações.

16.2. No âmbito do Sesi/SENAI Amapá, as diretrizes ESG integram a estratégia institucional e refletem o compromisso com o desenvolvimento sustentável, a responsabilidade social, a integridade e a boa governança, devendo ser observadas pela CONTRATADA durante toda a execução contratual.

II – DAS PRÁTICAS ESG A SEREM OBSERVADAS PELA CONTRATADA

16.3. AÇÕES AMBIENTAIS

- i. Adotar boas práticas ambientais na execução dos serviços, utilizando, sempre que possível, insumos e materiais em conformidade com a legislação ambiental vigente, com preferência por produtos biodegradáveis ou de menor impacto ambiental;
- ii. Cumprir integralmente as normas federais, estaduais e municipais de proteção e preservação ambiental, bem como as orientações dos órgãos ambientais competentes;
- iii. Fornecer aos seus empregados os Equipamentos de Proteção Individual (EPIs) adequados às atividades desenvolvidas;
- iv. Assegurar a destinação ambientalmente adequada de resíduos, especialmente pilhas, baterias e materiais similares, nos termos da Resolução CONAMA nº 257/1999;
- v. Implementar práticas voltadas à redução de desperdícios, ao uso racional de recursos naturais e à minimização de impactos ambientais decorrentes de suas atividades.

16.4. AÇÕES SOCIAIS

- i. Cumprir integralmente as obrigações trabalhistas, previdenciárias e sociais relativas aos seus empregados, incluindo salários, encargos, férias, 13º salário, FGTS e demais direitos legalmente previstos;
- ii. Promover ambiente de trabalho respeitoso, inclusivo e livre de discriminação, incentivando ações que favoreçam a inclusão de grupos historicamente sub-representados, tais como mulheres, pessoas negras, pessoas com deficiência, entre outros;
- iii. Garantir que todos os trabalhadores envolvidos na execução contratual, inclusive terceirizados, recebam treinamento adequado em segurança e saúde no trabalho, em conformidade com a legislação vigente.

16.5. AÇÕES DE GOVERNANÇA

- i. Atuar com transparência na execução do contrato, prestando informações quando solicitadas e colaborando com auditorias, fiscalizações e controles promovidos pelo Sesi/SENAI Amapá;
- ii. Manter e observar Código de Ética ou documento equivalente, que contemple princípios de integridade, legalidade, transparência e responsabilidade social;
- iii. Adotar práticas de compliance, incluindo a disponibilização de canal seguro e acessível para comunicação de irregularidades, assegurada a confidencialidade;
- iv. Cumprir rigorosamente a legislação aplicável, adotando medidas de prevenção e combate a fraudes, corrupção e demais ilícitos.

16.6. DA MELHORIA CONTÍNUA EM ESG

- i. Recomenda-se que a CONTRATADA busque o aprimoramento contínuo de suas práticas ESG, promovendo ações que contribuam para a sustentabilidade, a responsabilidade social e a boa governança, bem como para a transparência dos resultados alcançados durante a execução contratual.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

17.1. Como alternativa à assinatura física, os partícipes declaram e concordam que a assinatura mencionada poderá ser efetuada em formato eletrônico. Para tanto, reconhecem a veracidade, autenticidade, integridade, validade e eficácia deste Instrumento e seus termos, incluindo seus anexos, nos moldes do art. 219 do Código Civil, em formato eletrônico e/ou assinado pelos partícipes por meio de certificados eletrônicos, ainda que sejam certificados eletrônicos não emitidos pela ICP Brasil, de acordo com o art. 10, § 2º, da Medida Provisória nº 2.200-2, de 24 de agosto de 2001 ("MP nº 2.200-2").

17.2. Em caso de assinatura eletrônica, considerar-se-á assinado este instrumento na data de assinatura do último signatário, conforme certificado de assinaturas gerado pela plataforma eletrônica, que constitui documento integrante e inseparável deste Instrumento, sob pena de nulidade.

17.3. O objeto contratual deverá ser executado estritamente de acordo com as especificações contidas neste instrumento, sendo vedada qualquer alteração ou modificação sem prévia anuência formal do CONTRATANTE.

17.4. O presente Contrato poderá ser aditado até o limite de 50% (cinquenta por cento) do valor originalmente contratado, conforme previsto no artigo 40 do Regulamento para Contratação e Alienação do Sesi/SENAI, desde que justificado e autorizado pelo CONTRATANTE.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA - FORO

18.1. Fica eleito, o Foro da Comarca de Macapá/AP, para dirimir quaisquer litígios oriundos deste contrato, com expressa renúncia a outro qualquer, por mais privilegiado que seja.

E, por estarem justas e acertadas, as partes assinam eletronicamente o presente contrato, para que produzam seus regulares efeitos, na presença de 2 (duas) testemunhas.

Macapá, XX de XXX de 2026.

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
CONTRATANTE

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
CONTRATADA

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
Gestor do contrato

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
Fiscal do contrato

TESTEMUNHAS:

1. Nome e CPF: _____

2. Nome e CPF: _____

ANEXO I**ESPECIFICAÇÕES DO OBJETO CONTRATUAL****1. CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS**

1.1. A CONTRATADA deverá executar serviços de planejamento, criação, produção, distribuição, veiculação e controle de campanhas e peças publicitárias institucionais e mercadológicas, destinadas à divulgação de produtos, serviços e eventos do CONTRATANTE.

- i. Inclui-se no objeto a criação e desenvolvimento de marcas, logotipos, expressões de propaganda e demais elementos de identidade visual, com assessoramento para eventual registro em favor do CONTRATANTE.
- ii. Compreendem-se, ainda, campanhas de endomarketing, marketing promocional e ações diferenciadas de comunicação, inclusive marketing de guerrilha.

1.2. A CONTRATADA deverá apoiar o planejamento e a execução de ações de promoção institucional e eventos.

1.3. Integram os serviços atividades de editoração e produção de materiais gráficos e institucionais, tais como jornais, folders, convites, informativos e similares.

1.4. Caberá à CONTRATADA desenvolver estratégias de comunicação e marketing, incluindo ações digitais, redes sociais e relacionamento com públicos estratégicos.

1.5. Os serviços serão executados com fornecimento integral de mão de obra, materiais e equipamentos necessários, sendo admitida a contratação de terceiros, mediante prévia anuência do CONTRATANTE, permanecendo a CONTRATADA integralmente responsável pela gestão e execução dos serviços.

1.6. A subcontratação de serviços especializados inerentes à atividade publicitária deverá observar o seguinte procedimento:

- i. a CONTRATADA deverá comunicar previamente o CONTRATANTE acerca da intenção de subcontratação, indicando de forma completa a identificação dos potenciais subcontratados;
- ii. a CONTRATADA deverá realizar processo de cotação com, no mínimo, 3 (três) propostas de fornecedores independentes entre si e sem vínculo com a CONTRATADA, apresentando ao CONTRATANTE a documentação comprobatória das propostas obtidas. Na hipótese de não ser possível a obtenção do número mínimo de cotações, a CONTRATADA deverá apresentar justificativa formal, devidamente fundamentada, submetendo-a à análise e aprovação do CONTRATANTE.
- iii. a subcontratação somente poderá ser formalizada após aprovação expressa e prévia do CONTRATANTE.

1.6.1. A subcontratação realizada sem observância do procedimento estabelecido será considerada não autorizada, constituindo infração contratual, permanecendo a CONTRATADA integralmente responsável pela execução, qualidade e resultados dos serviços subcontratados.

1.7 Os materiais originais produzidos permanecerão sob a guarda do CONTRATANTE, que poderá requisitar cópias sempre que necessário.

1.8. Não haverá pagamento direto, pelo CONTRATANTE, de tributos ou encargos incidentes sobre os serviços.

1.9. Os honorários incidentes sobre serviços de terceiros não incidirão sobre os tributos agregados aos respectivos custos.

1.10. Todo material, conteúdo, layout ou peça publicitária deverá ser previamente submetido à aprovação formal do CONTRATANTE antes de sua produção ou veiculação, sem prejuízo da exigência de autorização prévia para despesas.

1.11. O CONTRATANTE poderá executar diretamente ou contratar terceiros para quaisquer dos serviços previstos, sem que disso decorra direito à CONTRATADA.

2. DO DETALHAMENTO DOS SERVIÇOS DE PLANEJAMENTO, PRODUÇÃO, GESTÃO E AQUISIÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA.**a) Planejamento, Estratégia de Comunicação, criação, produção de materiais**

- i. Planejamento e criação de campanhas publicitárias;
- ii. Definição de conceito criativo, posicionamento de marca, slogans e mensagens-chave;
- iii. Planejamento de mídia (on-line e off-line);
- iv. Estratégia de lançamento de campanhas e produtos;
- v. Estudos de público-alvo e análise de mercado;

- vi. Criação de peças gráficas e digitais;
- vii. Design de identidade visual de campanhas;
- viii. Redação publicitária (copywriting);
- ix. Produção gráfica e serigráficos (folders, cartazes, banners, outdoors, brindes, camisas, embalagens promocionais etc.);
- x. Criação de roteiros para vídeos, spots e peças audiovisuais;
- xi. Adaptação de peças para diferentes formatos e canais.

b) Compra e Gestão de Mídia

- i. Compra de espaços publicitários (TV, rádio, jornais, revistas, outdoors, mídia digital);
- ii. Gestão de campanhas em mídias digitais (Google, Meta, YouTube, entre outras);
- iii. Monitoramento de veiculação;
- iv. Controle de inserções e comprovação de mídia;
- v. Relatórios de desempenho e métricas de campanha;
- vi. Gestão de anúncios patrocinados;
- vii. Criação de conteúdos patrocinados;
- viii. Otimização de campanhas digitais;
- ix. Monitoramento de resultados (alcance, engajamento, conversão).

C) Assessoria Técnica e Operacional

- i. Atendimento publicitário (interface entre instituição e fornecedores)
- ii. Gestão de fornecedores vinculados às campanhas
- iii. Adequação das peças às normas legais e institucionais
- iv. Controle de prazos, cronogramas e entregas
- v. Apoio técnico para execução de ações de comunicação.

D) Planejamento, direção e captação audiovisual

- i. Criação de roteiro, direção, produção e edição de comerciais e campanhas audiovisuais;
- ii. Apoio técnico na divulgação de campanhas;
- iii. Produção audiovisual (VTs, vídeos institucionais, comerciais, animações);
- iv. Produção de spots de rádio e TV;
- v. Fotografia publicitária;
- vi. Impulsionamento de mídias audiovisuais.