

**SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL**  
**ADMINISTRAÇÃO REGIONAL NO ESTADO DE GOIÁS**  
**SENAC/AR/GO**

**EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 002/2022**

**OBJETO:** CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA ATENDER AS DEMANDAS DO SENAC GOIÁS.

**SESSÃO DE RECEBIMENTO E ABERTURA DOS INVÓLUCROS:**

**Dia 25/04/2022, às 09:00h**

**LOCAL:** Espaço Cultural – Administração Regional  
Rua 31-A nº 43, Qd. 26-A Lt. 27-E, Bloco C – Setor Aeroporto  
Goiânia/GO

**SOLICITAÇÃO DE ESCLARECIMENTOS:**

**Até dia 18/04/2022**

Este documento contém:

- Edital
- Anexo I – Termo de Referência
- Anexo II - Briefing
- Anexo III - Declaração de Conhecimento e Aceitação das Condições Estabelecidas no Edital
- Anexo IV - Credenciamento de Representante
- Anexo V - Declaração de Menores
- Anexo VI - Apresentação da Proposta de Preços
- Anexo VII - Minuta Contratual

**COMISSÃO DE LICITAÇÃO**

---

## EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 002/2022

### 1. DAS DISPOSIÇÕES INICIAIS

1.1 **O SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL – SENAC** – Administração Regional no Estado de Goiás, é uma instituição de direito privado, nos termos da lei civil, sem fins lucrativos, criada pelo Decreto Lei 8.621/46, e à vista da autorização constante do Processo nº 002/2022, por meio da Comissão de Licitação designada pela Ordem de Serviço nº 243/2022, comunica aos interessados a realização de licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA**, do tipo **Técnica e Preço**, para a CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA ATENDER AS DEMANDAS DO SENAC GOIÁS, regida pelo Regulamento de Licitações e Contratos do Senac/GO, instituído pela Resolução nº 958/2012, de 18.09.2012; publicada no Diário Oficial da União em 26.09.2012; bem como pelas condições e especificações constantes no presente instrumento. Subsidiariamente, levará em conta as boas práticas inspiradas pela Lei Federal nº 12.232/2010.

### 2. DO RECEBIMENTO E ABERTURA DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS DE CREDENCIAMENTO

2.1. Os documentos de credenciamento e os invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços serão recebidos como segue:

Data: 25/04/2022

Horário: 09h00

Local: Espaço Cultural do Prédio da Administração Regional do Senac

Endereço: Rua 31-A, nº 43, Setor Aeroporto, Goiânia-GO.

2.1.1. Se não houver expediente nessa data, os invólucros serão recebidos no dia útil seguinte, no mesmo local e horário.

2.1.2. A abertura dos invólucros e demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital e na legislação.

2.2. Os Documentos de Habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário designados pela Comissão de Licitação, após a abertura e julgamento das Propostas Técnicas e de Preços, em consonância com a faculdade prevista no art. 16 do Regulamento de Licitações e Contratos do Senac/GO.

2.3. Não serão recebidos invólucros com Propostas e com Documentos de Habilitação enviados pelo Correio ou por meio de empresa especializada em entregas.

2.4. Os horários mencionados neste Edital referem-se ao horário oficial de Brasília (DF).

2.5. Todas as ocorrências do processo serão afixadas no Mural de Aviso do Senac Goiás.

### 3. DO OBJETO DA LICITAÇÃO, DOS RECURSOS FINANCEIROS E DO EDITAL

3.1. A presente concorrência destina-se à contratação de uma agência, para a prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de publicidade, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas e de informar o público, sobre produtos, serviços e ações em geral do Senac Goiás, conforme especificações constantes do Termo de Referência (Anexo I) deste Edital.

3.1.1. Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução dos contratos;
- b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
- c) à produção e à execução técnica das peças e/ou material criados pela agência contratada.

3.1.1.1 As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 3.1.1 terão a finalidade de gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Senac Goiás, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças; aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens; possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças publicitárias.

3.2. Os recursos financeiros para o atendimento das operações previstas neste Edital correrão por conta de verba orçamentária específica do Departamento Regional do Senac Goiás

3.2.1. O valor global estimado destinado para gastos com os serviços objeto da presente concorrência é estimado em até **R\$ 3.000.000,00 (três milhões de reais)**, para um período de 12 (doze) meses, o que não gera obrigação, por parte do Senac Goiás, da utilização do valor integral.

3.2.2. As despesas com a execução do contrato onerarão verba própria do Senac Goiás consignada em seu orçamento.

3.2.3. O valor estimado poderá sofrer modificação nos casos legais, sobretudo alteração da política econômica do país e/ou revisão no orçamento do Senac Goiás, a juízo exclusivo da administração do Senac Goiás.

3.3. A agência atuará por ordem e conta do Senac Goiás, nos termos do Regulamento de Licitações e Contratos do Senac Goiás, bem como pelas condições e especificações constantes no presente instrumento e no Termo de Referência (Anexo I).

3.4. A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços objeto da licitação.

#### 4. DA RETIRADA DO EDITAL

4.1. O Edital poderá ser retirado a partir do dia 05/04/2022, na Seção de Compras, localizada na Rua 31-A, Qd. 26-A, Lt. 27-E, nº 43, Bloco A, 1º andar, Setor Aeroporto, Goiânia/GO, das 08h às 12h e das 14h às 18h, de segunda-feira a sexta-feira, mediante preenchimento do comprovante de retirada do Edital, ou no site do SENAC Goiás [www.go.senac.br/fornecedor](http://www.go.senac.br/fornecedor), mediante cadastramento on-line.

4.1.1. Os interessados se obrigam a acompanhar todas as decisões e convocações oficiais desta Concorrência através do site do SENAC Goiás [www.go.senac.br/fornecedor](http://www.go.senac.br/fornecedor), bem como a comparecer na sede do Senac Goiás - Gestão Compartilhada, sito na Rua 31-A, Qd. 26-A, Lt. 27-E, nº 43, Bloco A, Setor Aeroporto, Goiânia/GO, para retirada do invólucro padronizado para acondicionamento dos documentos que comporão o Invólucro nº 1, conforme subitem 9.1.1.1.1.

#### 5. DAS INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL

5.1. As licitantes poderão encaminhar solicitação de esclarecimento e informações sobre a licitação e/ou Edital, até as 18h do dia 18/04/2022, exclusivamente pelo e-mail [licitacao@go.senac.br](mailto:licitacao@go.senac.br), dirigida à Comissão de Licitação.

5.1.1. A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, termos que possam propiciar, quando do julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária (Invólucro nº 1), a identificação da sua Proposta perante a Subcomissão Técnica.

5.1.2. Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos pela Comissão de Licitação exclusivamente mediante divulgação na internet, através do endereço do site do SENAC Goiás [www.go.senac.br/fornecedor](http://www.go.senac.br/fornecedor), sem informar a identidade da licitante consultante e de seu representante.

5.1.3. Às licitantes cabe acessar assiduamente o endereço acima para manterem-se atualizadas sobre esclarecimentos referentes a este Edital.

## 6. DA IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

6.1.1. Todo cidadão é parte legítima para impugnar o presente Edital por irregularidade. Qualquer pedido de impugnação deverá ser protocolizado até 02 (dois) dias úteis antes da data do recebimento das Propostas Técnica e de Preços, protocolo do Senac Gestão Compartilhada, situada na Rua 31-A, nº 43, Setor Aeroporto, Goiânia-GO, de segunda a sexta-feira, das 8h às 12h ou das 14h às 18h.

6.1.2. Decairá do direito de impugnar nos termos do presente Edital a licitante que não o fizer até 02 (dois) dias úteis antes da data do recebimento das Propostas Técnica e de Preços, mediante solicitação por escrito e protocolizada no endereço e nos horários mencionados no subitem precedente.

6.1.3. Considera-se licitante para efeito do subitem precedente a empresa que tenha retirado o invólucro padronizado, na forma prevista neste Edital, subitem 9.1.1.1.1.

6.2. A impugnação feita tempestivamente pela licitante não a impedirá de participar do processo licitatório até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.

## 7. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

7.1. Poderão participar desta licitação somente as pessoas jurídicas que satisfaçam a definição de “agência de propaganda”, constante do art. 3º da Lei Federal nº 4.680, de 18 de junho de 1965, constituída ou em regular funcionamento no Brasil.

7.2. Respeitadas as demais condições legais e as constantes deste Edital, a participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante:

- a) a confirmação de que recebeu da Comissão de Licitação o invólucro padronizado previsto no subitem 9.1.1.1 e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência;
- b) a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus anexos;
- c) a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

7.3. A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas e Documentos de Habilitação exigidos nesta concorrência, ressalvado que o Senac Goiás não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

---

#### 7.4. Não poderão participar da presente licitação:

- 7.4.1. Empresa suspensa de licitar ou contratar com o Senac;
- 7.4.2. Empresa em processo de falência ou concordatária;
  - 7.4.2.1. No caso de empresas em situação de recuperação judicial ou extrajudicial, a licitante deverá apresentar, para fins de habilitação, o plano de recuperação devidamente homologado e/ou certidão correspondente, devendo em qualquer dos casos comprovar a vigência do Plano a partir da data de abertura do certame, bem como durante a execução do contrato ou instrumento equivalente.
- 7.4.3. Empresas consorciadas e cooperativas;
- 7.4.4. Empresas estrangeiras que não funcionem no país;
- 7.4.5. Empresas das quais participem, seja a que título for, dirigente ou empregado do Senac.

### 8. DO CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

8.1. Para o credenciamento deverão ser apresentados os seguintes documentos, fora dos invólucros:

- a) Tratando-se de representante legal, cópia autenticada do estatuto social, contrato social ou outro instrumento de registro comercial, registrado na Junta Comercial, no qual estejam expressos seus poderes para exercer direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura;
- b) Tratando-se de procurador, cópia autenticada do estatuto social, contrato social ou outro instrumento de registro comercial, registrado na Junta Comercial, instrumento de procuração pública ou particular, esta, com reconhecimento de firma em cartório, do qual constem poderes específicos para formular lances, negociar preço, interpor recursos e desistir de sua interposição, bem como praticar de todos os demais atos pertinentes ao certame. (Modelo Anexo IV).
- c) O representante legal e o procurador deverão identificar-se entregando, em cópia, documento oficial de identificação que contenha foto.
- d) Cada licitante credenciará apenas um representante por sessão que será o único admitido a intervir no procedimento licitatório e a responder por todos os atos e efeitos previstos neste Edital, em nome da representada.
- e) Nenhum interessado poderá participar da presente licitação representando mais de uma licitante.
- f) A não apresentação da documentação acima evidenciada na fase de credenciamento impedirá qualquer pessoa presente de se manifestar e responder pela licitante, sem prejuízo do seu direito de oferecimento das propostas e dos documentos de habilitação.
- g) Fica assegurado às licitantes, a qualquer tempo, mediante juntada dos documentos previstos neste subitem, a indicação ou substituição do seu representante junto ao processo.

### 9. DA ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

9.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão de Licitação acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

#### INVÓLUCRO Nº 1

9.1.1. No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, de que tratam os subitens 11.2 e 11.3.

9.1.1.1. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada que estiver

acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pelo Senac Goiás.

9.1.1.1.1. O invólucro padronizado deverá ser retirado pela interessada na Seção de Compras do Senac, na Rua 31-A, Qd. 26-A, Lt. 27-E, nº 43, Bloco A, 1º andar, Setor Aeroporto, Goiânia/GO, de segunda a sexta-feira, das 8h às 12h e das 14h às 18h.

9.1.1.1.2. O invólucro padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente, por escrito, presencialmente ou pelo e-mail: [licitacao@go.senac.br](mailto:licitacao@go.senac.br).

9.1.1.2. O Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

9.1.1.3. Para preservar – até a abertura do Invólucro nº 2 – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o Invólucro nº 1 não poderá:

- a) ter nenhuma identificação;
- b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite, inequivocamente, a identificação da licitante;
- c) estar danificado ou deformado pelas peças, material e/ou demais documentos nele condicionados de modo a possibilitar, inequivocamente, a identificação da licitante.

9.1.1.4. Até o encerramento do recebimento das propostas, a Comissão de Licitação poderá fornecer novo invólucro à licitante que tenha o Invólucro nº 1 danificado ou com alguma marca, para que ela possa substituí-lo antes da entrega, preservando, assim, o sigilo da autoria do seu conteúdo.

## INVÓLUCRO Nº 2

9.1.2. No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada, de que trata o subitem 11.4, sem os exemplos de peças da Ideia Criativa, de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.3.

9.1.2.1. O Invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO Nº 2 - PROPOSTA TÉCNICA Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada Nome empresarial: CNPJ: <u>Concorrência nº 002/2022</u>
--

9.1.2.2 O Invólucro nº 2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

## INVÓLUCRO Nº 3

9.1.3. No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 11.5 a 11.10.

9.1.3.1. O Invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

**INVÓLUCRO Nº 3 - PROPOSTA TÉCNICA**

Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Nome empresarial:

CNPJ:

Concorrência nº 002/2022

9.1.3.2. O Invólucro nº 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

9.1.3.3. O Invólucro nº 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada e possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

**10. DA ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS**

10.1. A Proposta de Preços deverá ser entregue à Comissão de Licitação condicionada no Invólucro nº 4.

**INVÓLUCRO Nº 4**

10.1.1. O Invólucro nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

**INVÓLUCRO Nº 4 – PROPOSTA DE PREÇOS**

Nome empresarial:

CNPJ:

Concorrência nº 002/2022

10.1.2. O Invólucro nº 4 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

**11. DA APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA**

11.1. A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

Quesitos	Subquesitos
Plano de Comunicação Publicitária	Raciocínio Básico
	Estratégia de Comunicação Publicitária
	Ideia Criativa
	Estratégia de Mídia e Não Mídia
Capacidade de Atendimento	
Repertório	
Relatos de Soluções de Problemas de	



Comunicação	
-------------	--

11.1.1. A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

#### PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA NÃO IDENTIFICADA

11.2. O Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada deverá ser apresentado da seguinte forma:

- a) em papel A4, branco, sem brilho, com 75 gr/m<sup>2</sup>, orientação retrato;
- b) espaçamento de 3 cm na margem esquerda e de 2 cm na direita, a partir da borda;
- c) texto em fonte 'arial', tamanho '12 pontos', estilo 'normal', cor 'preta' (automático);
- d) títulos, subtítulos e entretítulos em letras maiúsculas, em fonte 'arial', tamanho '12 pontos', estilo 'normal', cor 'preta' (automático);
- e) texto com espaçamento 'simples' entre as linhas e, opcionalmente, 'duplo' após títulos, subtítulos e entre parágrafos;
- f) sem recuos nos textos, títulos, subtítulos e entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes;
- g) alinhamento justificado do texto;
- h) com numeração sequencial em todas as páginas, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página, em fonte 'arial', cor preta (automático), tamanho '12 pontos';
- i) capa e contracapa em papel A4, sem brilho, com 75/m<sup>2</sup>, ambas em branco;
- j) em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
- k) sem identificação da licitante.

11.2.1. As especificações do subitem 11.2 não se aplicam às peças e material de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.3 e à indicação prevista no subitem 11.3.3.3.6.

11.2.2. Os subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão ter fotos, gravuras, figuras, gráficos e/ou tabelas.

11.2.3. Os exemplos de peças integrantes do subquesto Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 11.2.

11.2.3.1 Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 9.1.1.3 e 20.2.1 e no subitem 20.2.1.1, todos deste Edital.

11.2.3.2 O subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia está submetido aos critérios do subitem 11.2 no que diz respeito à produção de textos. Com relação às tabelas, gráficos e planilhas:

- a) Os gráficos ou tabelas poderão ser apresentados em cores e retículas;
- b) Poderão ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados pelos programas que geram estas tabelas, gráficos e planilhas;
- c) Poderão ser apresentados em papel A4 ou A3 dobrado;



- d) Quando impressos na orientação paisagem, tanto para o formato A4 ou A3 dobrado, deverão ter sua numeração no final da página e à direita, obedecendo a orientação do papel;
- e) As planilhas emitidas para simulação do plano de mídia não poderão apresentar o número automático da PI/AP, quando gerados por processadores eletrônicos de documentos.

11.2.4 O Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite, inequivocamente, a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro nº 2, sob pena de desclassificação.

11.2.5 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3, estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas.

11.2.6 Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe à licitante atentar permanentemente para o disposto na alínea 'c' do subitem 9.1.1.3, no subitem 11.2.3.1, na alínea 'c' do subitem 20.2.1 e no subitem 20.2.1.1, todos deste Edital.

11.2.7 Para fins desta concorrência, consideram-se como não mídia os meios publicitários (*off-line*) que não implicam a compra de espaço e/ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagens publicitárias a públicos determinados.

11.3 O Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, composto dos subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, deverá ser elaborado com base no Briefing (Anexo II), observadas as seguintes disposições:

11.3.1 Raciocínio Básico: apresentação em que a licitante descreverá:

- a) análise das características e especificidades do Senac Goiás e de seu papel no contexto no qual se insere;
- b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;
- c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

11.3.2 Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação e defesa da Estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no Briefing, compreendendo:

- a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;
- b) proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.

11.3.3 Ideia Criativa: apresentação pela licitante da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:

- a) relação de todas as peças que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição sucinta de

cada uma;

b) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julgar mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 11.3.3.3 deste Edital.

11.3.3.1 A descrição mencionada na alínea 'a' do subitem 11.3.3 está circunscrita à especificação de cada peça publicitária e à explicitação de sua finalidade e de suas funções táticas na campanha proposta.

11.3.3.2 Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no subitem 11.3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.

11.3.3.3 Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

a) roteiro, *layout* ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;

b) 'monstro' ou *layout* eletrônico, para o meio rádio;

c) *storyboard* animado ou *animatic*, para os meios TV, cinema e internet;

d) 'boneca' ou *layout* montado dos materiais de não mídia.

11.3.3.3.1 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou *passerpartout*, observado o disposto no subitem 11.2.3 deste Edital. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

11.3.3.3.2 Na elaboração de 'monstro' ou *layout* eletrônico para o meio rádio poderão ser inseridos todos os elementos de referência, tais como trilha sonora, ruídos de ambientação, voz de personagens e locução.

11.3.3.3.3 Na elaboração do *storyboard* animado ou *animatic* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução. Não podem ser inseridas imagens em movimento.

11.3.3.3.4 O 'monstro' ou *layout* eletrônico e o *storyboard* animado ou *animatic* deverão ser apresentados em CD, DVD ou *pendrive*, executáveis em sistema operacional *Windows*.

11.3.3.3.4.1 Nessas mídias de apresentação (CD, DVD ou *pen drive*) não poderão constar informação que permita, inequivocamente, a identificação da licitante, ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante.

11.3.3.3.4.2 As mídias a que se refere o subitem precedente deverão ser etiquetadas com etiquetas brancas (código A4CD1), ou similar.

11.3.3.3.4.3 As mídias referidas no subitem 11.3.3.3.4.1 deverão ser acondicionadas em envelopes de cor branca, sem identificação, colados em suporte A4.

11.3.3.3.5 Os exemplos não serão avaliados sob os critérios utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independentemente da forma escolhida pela licitante para a apresentação.

11.3.3.3.6 Para facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deste Edital, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, *spot* rádio, anúncio revista, *banner* internet).

11.3.3.4 Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 10 (dez), devem ser observadas as seguintes regras:

a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;

b) cada peça apresentada como parte de um *kit* será computada no referido limite;

c) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, *banner* de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como *outdoor*, envelopamento de veículo, entre outros), será considerada 1 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;

d) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados 01 (uma) peça;

e) um filme e o *hotsite* que o hospeda serão considerados 02 (duas) peças; e

f) um *banner* de internet e o *hotsite* por ele direcionado serão considerados 02 (duas) peças.

11.3.3.4.1 Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere à alínea 'd' do subitem 11.3.3.4 não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

11.3.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia: apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta pela licitante, constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, diagramas ou planilhas, contemplando:

a) estratégia de mídia: proposição e defesa dos meios, das formas inovadoras de comunicação publicitária e dos recursos próprios de comunicação do Senac Goiás a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha;

b) tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos e demais meios de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de veiculação;

c) plano de mídia: planilhas de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos e demais meios de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a licitante considerar relevantes;

d) simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis).

11.3.4.1 Todas as peças publicitárias que integrarem a relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

11.3.4.2 O plano de mídia e/ou de novas formas de publicidade digital propostos deverão apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;
- b) as quantidades de inserções das peças em veículos e demais meios de divulgação;
- c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos e demais meios de divulgação, separadamente por meios;
- d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos e demais meios de divulgação;
- e) as quantidades a serem produzidas de cada peça publicitária de não mídia;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça publicitária de não mídia;
- g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária de não mídia.

11.3.4.3 Nessa simulação:

- a) os preços das inserções em veículos de comunicação e divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabela de preços;
- c) deverá ser informado o montante de investimento proposto pela licitante, no âmbito de sua estratégia, a ser utilizado com formas inovadoras de comunicação publicitária, para alcance dos objetivos estabelecidos;
- d) deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- e) deverão ser desconsiderados os custos internos de criação e os honorários sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

11.3.4.3.1 A publicidade em plataformas digitais de que trata a alínea 'c' do subitem anterior (exemplos: Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, YouTube, Google) se enquadra na categoria formas inovadoras de comunicação publicitária.

11.3.4.3.2 Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea 'a' do subitem 11.3.4.3 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

#### PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA IDENTIFICADA

11.4 O Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada, sem os exemplos de peças da

Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com a identificação da licitante, impresso em papel timbrado, e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, pelo representante legal, devidamente identificado.

## CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

11.5 A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, orientação retrato, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, rubricadas e assinada na última pelo representante legal, devidamente identificado.

11.5.1 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 11.5 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada e possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.5.2 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 11.5 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

11.5.3 Não há limitação de número páginas para o caderno de Capacidade de Atendimento.

11.6 A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante apresentará:

- a) relação nominal dos seus principais clientes, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;
- c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;
- d) a sistemática de atendimento, discriminando os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa e de campanha e na elaboração de plano de mídia;
- e) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

## REPERTÓRIO

11.7 A licitante deverá apresentar os documentos, informações e as peças que constituem o Repertório em caderno específico, orientação retrato, com ou sem o uso de cores, em formato A4, fonte 'arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, rubricadas e assinadas na última pelo representante legal, devidamente identificado.

11.7.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 11.7 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

11.7.2 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada e possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.8 O Repertório será constituído de peças concebidas e veiculadas, expostos ou distribuídos pela licitante.

11.8.1 A licitante deverá apresentar 10 (dez) peças, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

11.8.1.1 As peças devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídos a partir de 01/01/2017.

11.8.1.2 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou *pen drive*, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7 deste Edital ou ser apresentadas soltas.

11.8.1.3 As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7 ou ser apresentadas separadamente. Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças.

11.8.2 Para cada peça deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

11.8.3 As peças e ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pelo Senac Goiás.

#### RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

11.9 A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, orientação retrato, com ou sem o uso de cores, em papel A4, fonte 'arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, rubricadas e assinadas na última pelo representante legal, devidamente identificado.

11.9.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 11.9 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

11.9.2 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada e possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.10 A licitante deverá apresentar 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 03 (três) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação, planejadas por ela e implementadas por seus clientes. Cada Relato:

- a) deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;
- b) deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;
- c) não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pelo Senac Goiás, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;
- d) deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

11.10.1 A validação de que trata a alínea 'd' do subitem precedente poderá ser feita nos próprios relatos ou em documento apartado, que não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem 11.10. No documento de validação constará, além do ateste, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.

11.10.2 É facultada a inclusão de até 03 (três) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:

a) as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou *pen drive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9 deste Edital ou ser apresentadas soltas;

b) as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formado, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;

c) para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

11.10.2.1 A ficha técnica de cada peça, observada a quantidade de peças estabelecida no subitem 11.10.2 não entrará no cômputo do limite de páginas estabelecido no subitem 11.10 para descrição do Relato.

11.10.3 As ações publicitárias de que trata o subitem 11.10 devem ter sido implementadas a partir de 01/01/2017.

## 12 DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

12.1 A Subcomissão Técnica prevista no subitem 19.2 deste Edital analisará a proposta técnica das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

12.1.1 A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir.

12.1.2 Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito, a Subcomissão Técnica realizará um exame comparativo entre as propostas apresentadas pelas licitantes. A gradação das pontuações atribuídas refletirá o maior ou menor grau de adequação de cada proposta aos critérios de julgamento técnico estabelecidos neste item 12.

12.1.3 Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

Quesitos		Pontuação máxima
Plano de Comunicação Publicitária		
Subquesitos	Raciocínio Básico	10 (dez)
	Estratégia de Comunicação Publicitária	20 (vinte)
	Ideia Criativa	25 (vinte e cinco)



Estratégia de Mídia e Não Mídia	10 (dez)
Capacidade de Atendimento	15 (quinze)
Repertório	10 (dez)
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10 (dez)
<b>Pontuação total</b>	<b>100 (cem)</b>

12.1.3.1 Se a licitante não observar as quantidades estabelecidas nos subitens 11.8.1 e 11.10 para apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sua pontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas no subitem 12.1.3 deste Edital.

12.1.4 A pontuação de cada quesito e subquesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos pelos membros da Subcomissão Técnica, considerando-se 01 (uma) casa decimal.

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

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

12.2 Serão levados em consideração pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta, em cada quesito e subquesito, e suas respectivas pontuações máximas.

#### 12.2.1. Plano de Comunicação Publicitária

##### 12.2.1.1 Raciocínio Básico

a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do Senac Goiás e do contexto de sua atuação: 03 (três) pontos;

b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas: 03 (três) pontos;

c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing: 04 (quatro) pontos.

##### 12.2.1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária

a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do Senac Goiás, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação: 04 (quatro) pontos;

- b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito: 03 (três) pontos;
- c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do Senac Goiás com seus públicos: 03 (três) pontos;
- d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta: 05 (cinco) pontos;
- e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o Senac Goiás, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing: 03 (três) pontos;
- f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial: 02 (dois) pontos.

#### 12.2.1.3 Ideia Criativa

- a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária: 03 (três) pontos;
- b) a pertinência da solução criativa com a natureza do Senac Goiás, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing: 04 (quatro) pontos;
- c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo: 04 (quatro) pontos;
- d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de comunicação e divulgação a que se destinam: 03 (três) pontos;
- e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 06 (seis) pontos;
- f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo: 03 (três) pontos;
- g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento: 02 (dois) pontos.

#### 12.2.1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing: 03 (três) pontos;
- b) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia: 04 (quatro) pontos;
- c) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária: 02 (dois) pontos;
- d) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do Senac Goiás e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia: 02 (dois) pontos;

e) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do anunciante: 02 (dois) pontos;

f) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência: 02 (dois) pontos.

#### 12.2.2 Capacidade de Atendimento

a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um: 04 (quatro) pontos;

b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do Senac Goiás: 05 (cinco) pontos;

c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do Senac Goiás na execução do contrato: 03 (três) pontos;

d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o Senac Goiás e a licitante: 01 (um) ponto;

e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do Senac Goiás: 02 (dois) pontos.

#### 12.2.3 Repertório

a) a ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver: 04 (quatro) pontos;

b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material: 04 (quatro) pontos;

c) a clareza da exposição das informações prestadas: 02 (dois) pontos;

#### 12.2.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

a) a evidência de planejamento publicitário: 03 (três) pontos;

b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução: 03 (três) pontos;

c) a relevância dos resultados apresentados: 04 (quatro) pontos.

12.3 Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:

a) apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;

b) não alcançar, no total, 70 (setenta) pontos;

c) obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

12.3.1 Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do presente Edital, a depender da gravidade da ocorrência, observado o disposto no subitem 20.1.2 deste Edital.

12.4 A Pontuação Técnica de cada Licitante (PTL) corresponderá à soma dos pontos dos quatro quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento; Repertório; e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

12.5 A Pontuação Técnica da Licitante (PTL) será considerada na identificação do seu Índice Técnico (IT), no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, conforme disposto no subitem 15.2 deste Edital.

### **13. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS**

13.1 A Proposta de Preços da licitante deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de Apresentação da Proposta de Preços que constitui o Anexo VI e apresentada em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, datada, assinada na última página e rubricada nas demais, pelo representante legal, devidamente identificado.

13.2 Os quesitos a serem valorados são os integrantes do subitem 1.1 do referido Modelo de Proposta de Preços, ressalvado que não serão aceitos:

a) desconto inferior a 20% (vinte por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda de Goiás, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante;

b) percentual de honorários superior a 1,5% (um e meio por cento), incidente sobre os preços de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material;

c) percentual de honorários superior a 3,5 % (três e meio por cento), incidente sobre os preços de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;

d) percentual de honorários superior a 3,5% (três e meio por cento), incidente sobre os preços de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, ao desenvolvimento e à implementação de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.

13.3 O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de 90 (noventa) dias corridos, contados de sua apresentação.

13.3.1 Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 13.3 ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão de Licitação realizará com ela diligência como forma de prorrogar o referido prazo.

13.3.1.1 A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos

invólucros com as Proposta de Preços ou antes do encerramento do certame será desclassificada.

#### 14. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

14.1 As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.

14.2 Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer condicionante para a entrega dos bens e serviços.

14.3 Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão de Licitação considerará o preço por extenso.

14.4 O Preço Proposto pela Licitante (PPL), em cada quesito da Proposta de Preços, nos termos do subitem 13.2, será considerado na identificação de suas Pontuações Parciais de Preço (PPP), da seguinte forma:

PPP1 = (PPL1/MPD) \* 0,30; em que:

MPD = Maior Percentual de Desconto proposto para o serviço da alínea 'a' do subitem 13.2

PPL1 = Percentual Proposto pela Licitante para o serviço da alínea "a" do subitem 13.2

0,30 = relevância atribuída ao serviço descrito na alínea "a" do subitem 13.2

PPP2 = ((MPH+1) / (PPL2+1)) \* 0,30; em que:

MPH = Menor Percentual de Honorários proposto para o serviço da alínea 'b' do subitem 13.2

PPL2 = Percentual Proposto pela Licitante para o serviço da alínea "b" do subitem 13.2

0,30 = relevância atribuída ao serviço descrito na alínea "b" do subitem 13.2

PPP3 = ((MPH+1) / (PPL3+1)) \* 0,10; em que:

MPH = Menor Percentual de Honorários proposto para o serviço da alínea 'c' do subitem 13.2

PPL3 = Percentual Proposto pela Licitante para o serviço da alínea "c" do subitem 13.2

0,10 = relevância atribuída ao serviço descrito na alínea "c" do subitem 13.2

PPP4 = ((MPH+1) / (PPL4+1)) \* 0,30; em que:

MPH = Menor Percentual de Honorários proposto para o serviço da alínea 'd' do subitem 13.2

PPL4 = Percentual Proposto pela Licitante para o serviço da alínea "d" do subitem 13.2

0,30 = relevância atribuída ao serviço descrito na alínea "d" do subitem 13.2

14.5 As Pontuações Parciais de Preço (PPP) serão consideradas na identificação do Índice de Preços (IP) de cada licitante, no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, observado o disposto no subitem 15.3.

#### 15. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS

15.1 No julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, a Comissão de Licitação observará o rito previsto para a licitação do tipo Técnica e Preço, nos termos do art. 8º da Resolução Senac nº 958 /2012, e adotará os seguintes procedimentos:

I - identificação do Índice Técnico (IT) de cada licitante;

II - identificação do Índice de Preços (IP) de cada licitante;

III - identificação da Pontuação Final (PF) de cada licitante.

15.2 O Índice Técnico (IT) de cada licitante será obtido pela aplicação da fórmula  $IT = PTL / MPT$ , utilizando-se duas casas decimais, em que:

IT = Índice Técnico;

PTL = Pontuação Técnica da Licitante, nos termos do subitem 12.4;

MPT = Maior Pontuação Técnica entre as apresentadas pelas licitantes.

15.3 O Índice de Preços (IP) de cada licitante será obtido pela aplicação da fórmula  $IP = \sum PPP$ , utilizando-se duas casas decimais, em que:

IP = Índice de Preços;

PPP = Pontuações Parciais de Preço, de acordo com cada serviço previsto no subitem 13.2.

15.4 A Pontuação Final (PF) de cada licitante será obtida pela aplicação da fórmula  $PF = (IT \times PT) + (IP \times PP)$ , utilizando-se duas casas decimais, em que:

PF = Pontuação Final;

IT = Índice Técnico;

PT = Peso Técnico, que corresponde a 7 (sete);

IP = Índice de Preços;

PP = Peso de Preços, que corresponde a 3 (três).

15.5 Será vencedora desta concorrência a licitante que mantiver as condições de participação estabelecidas no item 07 deste Edital e que:

a) tenha obtido a maior Pontuação Final (PF), nos termos do subitem 15.4; e

b) tenha sido habilitada, observadas as disposições do item 18 deste Edital.

15.6 Caso haja empate no resultado geral das propostas, terá preferência a empresa que obtiver a maior pontuação, sucessivamente, nos seguintes subquestos: Ideia Criativa, Estratégia de Comunicação Publicitária e Raciocínio Básico.

15.7 Não será considerada como critério de classificação nem de desempate das propostas qualquer oferta de vantagem não prevista no edital.

15.8 Persistindo o empate, a escolha se fará, obrigatoriamente, por sorteio, em ato público, para o qual todas as licitantes serão convocadas

## 16. ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

16.1 Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão de Licitação pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

16.1.1 A licitante classificada que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 18.2 deste Edital.

### INVÓLUCRO Nº 5

16.1.2 Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

**Invólucro nº 5**

Documentos de Habilitação

Nome empresarial

CNPJ da licitante

Concorrência nº 002/2022

16.1.3 O Invólucro nº 5 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

## 17. DA APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

17.1 Todas as folhas dos documentos exigidos no Invólucro nº 5 deverão ser apresentados em original ou cópias simples, ou ainda, quando for o caso, por publicação em órgão de imprensa oficial, desde que esteja legível, ou serem emitidos eletronicamente via internet nos sites dos órgãos competentes.

17.1.1 O Senac Goiás não autenticará documentos, mesmo à vistas dos originais, em qualquer instância e sob qualquer preceito, antes da sessão de abertura ou durante a mesma. Os documentos apresentados integrarão o processo.

17.1.2 Os documentos deverão estar válidos na data de abertura da presente licitação. A validade corresponderá ao prazo fixado nos próprios documentos. Caso estes não contenham expressamente o prazo de validade, o Senac Goiás convencionou o prazo como sendo de 90 (noventa) dias, a contar da data de sua expedição, ressalvada a hipótese da proponente comprovar no ato da abertura do envelope da documentação que o documento tem prazo de validade superior ao acima convencionado, mediante juntada de norma legal pertinente.



17.2 Os Documentos de Habilitação deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e ser apresentados em uma via, de preferência na ordem a seguir:

17.2.1 - Documentos relativos à **HABILITAÇÃO JURÍDICA:**

- a) Documento de Credenciamento em atendimento ao disposto no item 8 deste Edital;
- b) Ato Constitutivo, Estatuto ou Contrato Social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais, e no caso de sociedades por ações, acompanhado dos documentos de eleição dos seus administradores e respectivas alterações, se houver, podendo ser substituídos por certidão simplificada expedida pela Junta Comercial da sede da licitante; ou,
- c) Comprovante de inscrição do Ato Constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício. Este documento poderá ser substituído por certidão, em breve relatório, expedida pelo Registro Civil das Pessoas Jurídicas.
- d) Documento comprobatório do representante legal da licitante:
  1. Cópia da cédula de identidade do representante legal.
  2. Procuração pública ou particular, caso a licitante se faça representar por procurador.

17.2.2. Documentos relativos à **REGULARIDADE FISCAL:**

- a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ) do Ministério da Fazenda – CNPJ/MF, cujo ramo de atividade seja compatível com o objeto da presente licitação;
- b) Prova de inscrição no Cadastro de contribuintes **municipal**, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;
- c) Certidão Conjunta Negativa ou Positiva com Efeitos de Negativa, de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, que abrange inclusive as contribuições sociais;
- d) Certidão Negativa ou positiva com efeito de negativa, de débitos junto à fazenda estadual;
- e) Certidão Negativa ou positiva com efeito de negativa, de débitos junto à fazenda municipal;
- f) Certidão de Regularidade Fiscal (CRF) junto ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), no cumprimento dos encargos instituídos por lei (exceto para o Empresário Individual).

17.2.3. Documentos relativos à **QUALIFICAÇÃO ECONOMICO-FINANCEIRA:**

- a) Certidão negativa de falência ou concordata, expedida pelo distribuidor da sede do licitante, emitida a menos de 90 (noventa) dias da data de abertura do certame.

17.2.4 Documentos relativos à **CAPACIDADE TÉCNICA:**

- a) Declaração de conhecimento e aceitação das condições estabelecidas no instrumento convocatório, conforme modelo do Anexo III;
- b) Declaração de menores, em cumprimento do disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal, conforme modelo do Anexo V.
- c) declaração(ões), expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta Concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 3.1 deste Edital;

d) certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no §1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010;

d.1) o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial; e

d.2) o documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão Especial de Licitação.

## **18. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

18.1 Os envelopes contendo os Documentos de Habilitação serão abertos pela Comissão de Licitação, na presença dos representantes credenciados presentes na sessão. O não comparecimento do representante da empresa não invalida a sua participação, porém resulta em anuência tácita às decisões tomadas pela Comissão de Licitação, registradas em ata.

18.1.1 Caberá aos licitantes presentes, no ato de abertura dos envelopes, rubricar e examinar todos os documentos apresentados, juntamente com os membros da Comissão de Licitação.

18.1.2 Será lavrada Ata com o registro de todas as ocorrências inerentes à sessão, a ser assinada pelos membros da Comissão de Licitação e pelos licitantes presentes.

18.2 A Comissão de Licitação analisará os Documentos de Habilitação das licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, desde que cumpridas as condições de participação estabelecidas no item 4, e julgará habilitadas a que atender integralmente aos requisitos de habilitação exigidos no item 17 deste Edital.

18.3 Será facultada à Comissão de Licitação, por decisão fundamentada, pela habilitação ou inabilitação de licitantes por erros meramente formais.

18.4 Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão de Licitação reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas, para rerepresentarem os respectivos documentos, no prazo de 08 (oito) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

## **19. COMISSÃO DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

19.1 Esta concorrência será processada e julgada pela Comissão de Licitação do Senac Goiás, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

19.2 As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 03 (três) técnicos de reconhecida competência na área, indicados pelo Senac Goiás, por meio de Ordem de Serviço.

## **20. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS**

20.1 Serão realizadas 04 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes.

20.1.1 A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia

---

entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 8.1 deste Edital.

20.1.2 A Comissão de Licitação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital e seus anexos busquem o atingimento das finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência, mediante despacho fundamentado, registrado em ata e acessível a todos os participantes.

20.1.3 Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.

20.1.4 O julgamento das Propostas Técnicas e de Preços e o julgamento final deste certame serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados neste Edital.

20.1.5 Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação do contrato ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas das licitantes.

20.1.6 Qualquer tentativa de licitante, de influenciar indevidamente a Comissão de Licitação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

20.1.7 A Comissão de Licitação poderá alterar as datas das sessões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

## PRIMEIRA SESSÃO

20.2 A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no subitem 2.1 deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

- a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 8.1 deste Edital e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;
- c) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as disposições deste Edital.

20.2.1 O Invólucro nº 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão de Licitação se não:

- a) estiver identificado;
- b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2;
- c) estiver danificado ou deformado pelas peças e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2.

20.2.1.1 Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas 'a', 'b', 'e', 'c' do subitem a Comissão de Licitação não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

20.2.2 A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

- a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão de Licitação, e separá-los dos Invólucros

n° 1 e n° 3;

- b) retirar e rubricar o conteúdo dos Invólucros n° 1;
- c) abrir os Invólucros n° 3 e rubricar seu conteúdo;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos que constituem os Invólucros n° 1 e n° 3;
- e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do subitem 2.5 deste Edital.

20.2.2.1 A Comissão de Licitação, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 20.2.2, adotará medidas para evitar que seus membros e os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identifiquem as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária.

20.2.2.2 Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos Invólucros n° 1 e n° 3, a Comissão de Licitação e ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência que possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão de Licitação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

20.2.3 A Comissão de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros n° 1, nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

20.2.4 Concluída a primeira sessão pública, serão adotados os seguintes procedimentos:

- a) encaminhamento, pela Comissão de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros n° 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;
- b) análise e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- c) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão de Licitação, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;
- d) encaminhamento, pela Comissão de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros n° 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
- e) análise e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- f) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão de Licitação, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

20.2.4.1 Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base na alínea 'a' do subitem 12.4 deste Edital, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme as regras previstas neste Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

20.2.4.2 O disposto no subitem precedente não se aplica aos casos em que o descumprimento de regras previstas neste Edital resulte na identificação da licitante antes da abertura dos Invólucros nº 2.

20.2.5 As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 20.2.5 conterão, respectivamente, as pontuações para cada subquesto do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

## SEGUNDA SESSÃO

20.3 Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Invólucros nº 1 e nº 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão de Licitação convocará as licitantes, na forma do subitem 2.5 deste Edital, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros nº 2;
- c) cotejar as vias não identificadas (Invólucro nº 1) com as vias identificadas (Invólucro nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e) proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;
- f) informar que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas será publicado na forma do subitem 2.5 deste Edital, com a indicação dos proponentes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo de 05 (cinco) dias úteis para interposição de recurso.

20.3.1 Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais questionamentos e recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela Comissão de Licitação.

## TERCEIRA SESSÃO

20.4 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Licitação convocará as licitantes, na forma do subitem 2.5 deste Edital, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros nº 4, com a Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;
- d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;

- e) informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das Propostas será publicado na forma do subitem 2.5 deste Edital, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo de 05 (cinco) dias úteis para interposição de recurso.

20.4.1 Caso ocorra a situação prevista no subitem 15.8, o sorteio poderá ocorrer nessa terceira sessão ou em ato público marcado pela Comissão de Licitação, cuja data será divulgada na forma do subitem 2.5 deste Edital, e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

#### QUARTA SESSÃO

20.5 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Licitação convocará as licitantes, na forma do subitem 2.5 deste Edital, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) receber e abrir os Invólucros nº 5 da licitante mais bem avaliada nos termos do critério estabelecido no item 15 deste Edital, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- d) colocar à disposição para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;
- e) informar que o resultado da habilitação será publicado na forma do subitem 2.5 deste Edital, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso.

### 21. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

21.1 Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Autoridade Competente do Senac Goiás homologará ou não o resultado desta concorrência e, assim, aprovará ou não a adjudicação do seu objeto à licitante vencedora.

21.2 Homologado o certame, os autos serão encaminhados para que se efetive a contratação.

### 22. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

22.1 Das decisões publicadas caberão recurso no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar da divulgação, sendo de inteira responsabilidade do interessado o seu acompanhamento. O recurso deverá ser apresentado por escrito, contendo identificação da empresa, datado e assinado pelo representante legal, por meio eletrônico ao e-mail: [licitacao@go.senac.br](mailto:licitacao@go.senac.br) ou encaminhados à Comissão de Licitação para o endereço Rua 31-A, nº 43, Qd. 26-A, Lt. 27-E, Setor Aeroporto, Goiânia/GO.

22.2. Os recursos interpostos fora do prazo não serão conhecidos.

22.3. O acolhimento do recurso invalidará apenas os atos insuscetíveis de aproveitamento.

22.4. O licitante que puder vir a ter a sua situação efetivamente prejudicada em razão de recurso interposto poderá sobre ele se manifestar por meio de contrarrazões no prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados a partir da convocação.



22.5. Os recursos serão julgados no prazo de até 10 (dez) dias úteis, contados da data final para sua interposição e, existindo contrarrazões, da data final para apresentação da manifestação, comunicando-se os interessados, através de meio eletrônico, do resultado do julgamento.

22.6. Os recursos terão efeito suspensivo.

22.7. Para fins de contagem de prazo, deverá ser excluído o dia do início e incluído o dia do vencimento, devendo os dias ser contados consecutivamente, sendo que seu início e término se darão sempre em dia de funcionamento da Administração Regional SENAC Goiás.

22.8. Concluídos os procedimentos, inclusive com os resultados de eventuais recursos, a Comissão de Licitação encaminhará o processo à autoridade competente para homologar e adjudicar o procedimento de licitação.

## **23. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS**

23.1 As despesas com o contrato resultante desta concorrência estão estimadas em R\$ 3.000.000,00 (três milhões de reais), a serem executadas de acordo com o previsto nos subitens 3.2.1, 3.2.2, 23.4 deste Edital, ao abrigo do Orçamento do Senac Goiás na seguinte dotação orçamentária: 529013.

23.2 Os recursos para a execução dos serviços durante o exercício de 2022, serão consignados na dotação orçamentária própria do Senac Goiás.

23.3 Se o Senac Goiás optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado, consignará nos próximos exercícios em seu orçamento, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

23.4 O Senac Goiás se reserva ao direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

## **24. DA CONTRATAÇÃO**

24.1 A contratação com o fornecedor será formalizada por intermédio de instrumento contratual.

24.2 O prazo de vigência do contrato decorrente da presente licitação é previsto para iniciar-se na data de sua assinatura e vigorará por 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado por meio de termo(s) aditivo(s), por interesse das partes, em acordo com o art. 26, parágrafo único da Resolução Senac nº 958/2012.

24.3 As condições mais detalhadas de fornecimento constam do Termo de Referência (Anexo I) deste Edital;

24.4 A CONTRATADA ficará obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial do contrato.

24.5 A CONTRATADA deverá manter, durante toda a execução da contratação, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

24.6 Durante a vigência da contratação, a fiscalização será exercida por um representante do Senac Goiás, ao qual competirá registrar, em relatório, todas as ocorrências e as deficiências verificadas e dirimir as dúvidas que surgirem no curso da prestação dos serviços, de tudo dando ciência ao Senac Goiás.



---

## **25. DO PAGAMENTO**

25.1. Os pagamentos serão realizados em até 15 (quinze) dias subsequentes à entrega da nota fiscal, desde que os materiais ou serviços tenham sido conferidos e aceitos pelo SENAC-GO, e será feito preferencialmente através de boleto bancário. Não sendo possível sua emissão o pagamento poderá ser feito através de crédito em conta corrente da empresa licitante.

25.2 O pagamento do valor da fatura será feito mediante crédito na conta corrente da CONTRATADA, que deverá informar previamente os dados ao Senac Goiás.

25.3 Nenhum pagamento isentará a CONTRATADA das suas responsabilidades nem implicará em aprovação definitiva dos serviços executados total ou parcialmente.

25.4 A inadimplência da CONTRATADA quanto aos recolhimentos dos respectivos encargos, quando cabíveis, autorizará ao Senac Goiás, na ocasião do pagamento, a retenção das importâncias devidas, como garantia, até a comprovação, perante a fiscalização, da quitação da dívida.

## **26. DAS INFRAÇÕES E DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

26.1. Em caso de inadimplemento total, parcial, sem motivo de força maior, a licitante estará sujeita, no que couber, e garantida a prévia defesa, às penalidades previstas na legislação aplicável, para as seguintes hipóteses:

26.1.1. Por atraso injustificado ou por inexecução parcial:

a) Advertência;

b) Multa de 0,3% (zero virgula três por cento) ao dia incidente sobre o valor correspondente ao material ou serviço objeto desta licitação; e

c) Suspensão temporária de participar em licitação e impedimento de contratar com o SENAC-GO, por um prazo de até 02 (dois) anos.

26.1.2. Por inexecução total do objeto desta licitação:

a) Advertência;

b) Multa de 10% (dez por cento) sobre o valor total do Contrato; e

c) Suspensão temporária de participar em licitação e impedimento de contratar com o SENAC-GO, por um prazo de até 02 (dois) anos

26.2. As multas estabelecidas neste item são independentes e terão aplicação cumulativa e consecutivamente, de acordo com as normas que regeram a licitação, mas somente serão definitivas depois de exaurida a fase de defesa prévia da empresa adjudicada.

26.3. Quando não pagos em dinheiro pela empresa adjudicada, os valores das multas eventualmente aplicadas serão deduzidos pelo SENAC-GO, dos pagamentos devidos e, quando for o caso, cobrado judicialmente.

26.4. Quando se tratar de inexecução parcial, o valor da multa será proporcional ao produto que deixou de ser entregue / serviço que deixou de ser executado.

26.5. Caso haja a recusa injustificada em assinar o Contrato ou Instrumento equivalente no prazo de 03 (três) dias úteis, a contar da data da convocação, a empresa estará sujeita a suspensão temporária de participar em licitação e impedimento de contratar com o SENAC-GO, por um prazo de até 02 (dois) anos e dará ao SENAC-GO o direito de homologar e adjudicar esta licitação aos licitantes remanescentes, na ordem de classificação.

26.5.1. O prazo de convocação para assinatura do contrato ou instrumento equivalente, poderá ser prorrogado uma vez, por igual período, quando solicitado pela empresa, durante o seu transcurso, desde que ocorra motivo justificado e aceito pelo SENAC-GO.

26.6. Em caso de reincidência por atraso injustificado será a empresa penalizada nos termos do art. 32, da Resolução Senac nº 958/2012.

## **27. DISPOSIÇÕES FINAIS**

27.1 O Senac Goiás não admitirá declarações, posteriores à abertura das propostas, de desconhecimento de fatos, no todo ou em parte, que dificultem ou impossibilitem o julgamento das propostas ou a adjudicação à licitante vencedora.

27.2 É facultado ao Senac Goiás, em qualquer fase da licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou a complementar a instrução do processo, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originariamente da proposta.

27.2.1 Caso a diligência realizada pelo Senac Goiás resulte em laudo negativo, ou seja, se não atender as especificações e condições constantes deste Edital, o Senac Goiás se reserva o direito de desclassificar e/ou chamar as empresas subsequentes.

27.3 Após a fase de julgamento das propostas, não cabe desistência, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão de Licitação.

27.4 As normas que disciplinam esta Concorrência serão sempre interpretadas em favor da ampliação da disputa entre os interessados, desde que não comprometam o interesse do Senac Goiás, o princípio da isonomia, a finalidade e a segurança da contratação.

27.5 As propostas que apresentarem meramente erros de cálculo serão corrigidas pela Comissão de Licitação, as declarações e propostas que forem apresentadas faltando assinaturas do representante legal poderão ser supridas pelos representantes das licitantes presentes à sessão, mediante o exame de cada caso.

27.6 A homologação do resultado desta licitação não implicará direito à contratação.

27.7 Fica assegurado ao Senac Goiás o direito de cancelar no todo ou em parte, a presente licitação, mediante justificativa, antes da assinatura do contrato, sem que em decorrência dessa medida tenham as participantes, direito à indenização, compensação ou reclamação de qualquer natureza. A presente licitação será anulada por ilegalidade de ofício ou por provocação de qualquer pessoa, licitante ou não, mediante ato escrito e fundamentado.

27.8 As licitantes assumem todos os custos de preparação e apresentação de suas propostas e o Senac Goiás não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

27.9 Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital e seus Anexos, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento. Só se iniciam e vencem os prazos em dias de expediente do Senac Goiás.

27.10 O desatendimento de exigências formais não essenciais não importará o afastamento da licitante, desde que seja possível o aproveitamento do ato, observados os princípios da isonomia e do interesse público.

27.11 Em caso de divergência entre disposição deste Edital e das demais peças que compõem o processo, prevalece a previsão deste Edital.

27.12 Os casos omissos neste Edital e as dúvidas quanto à sua aplicação serão resolvidos pelos membros da Comissão de Licitação, com suporte nas disposições do Regulamento de Licitações e de Contratos do Sistema Senac e na legislação pertinente.

27.13 A simples participação na presente licitação evidencia ter a licitante examinado cuidadosamente este Edital e seus Anexos e se inteirado de todos os seus detalhes e com eles haver concordado.

27.14 Em caso de dúvida quanto às informações e validade contidas nos documentos, a Comissão de Licitação poderá realizar a verificação em sítios oficiais de órgãos e entidades emissoras dos respectivos documentos, a qual se constitui em meio legal de prova.

27.15 À licitante vencedora é vedado transferir, total ou parcialmente, o objeto desta Concorrência, ficando obrigada perante o Senac Goiás pelo exato cumprimento das obrigações previstas neste Edital e em seus anexos.

27.16 O contrato a ser firmado entre as partes poderá ser rescindido a qualquer tempo, por qualquer das partes, mediante comunicação expressa, com antecedência mínima de 45 (quarenta e cinco) dias.

27.16.1 Em caso de rescisão, o Senac Goiás, a seu juízo, poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação verificada nesta concorrência, para dar continuidade à execução do objeto, desde que concordem com isso e se disponham a cumprir as condições e exigências a que estiver sujeita a signatária do contrato.

27.17 O Foro da Comarca de Goiânia/GO será o competente para dirimir as questões oriundas desta licitação e da relação jurídica dela decorrente.

Goiânia, 04 de abril de 2022.

Comissão de Licitação

---

## ANEXO I

### TERMO DE REFERÊNCIA

## CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

### 1. JUSTIFICATIVA

1.1. Nos últimos anos, o Senac desenvolveu um conjunto de novos projetos e soluções de ensino visando a atualização dos seus produtos e serviços e o fortalecimento do comércio goiano, setor que mais emprega e mais sofreu com a crise econômica enfrentada atualmente. Essas novas ações demandam um aumento do grau de comunicabilidade da instituição, especialmente com a comunicação publicitária. Além dos novos desafios, há a constante necessidade de reforçar a consciência de marca, que enfrenta uma dificuldade crescente de se destacar no mercado.

1.2. O presente Termo de Referência especifica os serviços para a contratação de empresa especializada na prestação de serviços de publicidade e propaganda do Senac Goiás.

1.3. Benefícios e Metas:

1.3.1. Melhorar o posicionamento da marca;

1.3.2. Promover a eficácia do uso de mídias e, assim, atingir melhor seu público-alvo;

1.3.3. Ampliar o relacionamento com nossos clientes.

1.4. Alinhamento com o Planejamento Estratégico:

1.4.1. Os serviços definidos nesse Termo de Referência alinham-se com os objetivos estratégicos de potencializar o reconhecimento do Senac na sociedade, ampliar canais de contato com clientes, ampliar vendas e desenvolver práticas de gestão na busca da excelência.

1.5. Natureza do Serviço:

1.5.1. O presente Termo de Referência tem por objetivo a contratação de SERVIÇOS CONTINUADOS e COMUNS de publicidade e propaganda.

### 2. CONTEXTUALIZAÇÃO

2.1. O Senac Goiás iniciou as suas atividades em 18 de setembro de 1947, com objetivo de capacitar a mão de obra durante a expansão econômica pós-guerra, acompanhando os vertiginosos processos de diversificação dos produtos e serviços educacionais vivenciados nas últimas décadas. Com o alinhamento da sua missão aos novos processos e desafios do mercado de trabalho, a entidade busca, através de uma proposta pedagógica comprometida com a formação do trabalhador cidadão, fortalecer o comércio e as comunidades em que atua.

2.2. O Senac atua em todo Estado, através das Unidades Educacionais, polos que se localizam em municípios estratégicos, como Goiânia, Aparecida de Goiânia, Anápolis, Rio Verde, Jataí, Mineiros, Quirinópolis, Iporá, Itumbiara, Ceres, Porangatu, Ipameri, Catalão, Luziânia, Caldas Novas e Trindade. O Senac conta também com uma Carreta Móvel que atende na área de Imagem Pessoal, a demanda dos municípios goianos.

2.3. Para dar base às ações de comunicação almejadas, é preciso também consolidar a marca e seus valores, o que se viabiliza com a publicidade institucional através da contratação de empresa especializada na área de publicidade e propaganda, tendo, como finalidade, realizar comunicação cada vez mais eficaz.

### **3. OBJETIVOS**

3.1. Os trabalhos a serem prestados pela contratada compreendem a prestação de serviços pertinentes à publicidade e propaganda nas áreas de:

3.1.1. Propaganda: estudo, planejamento, atendimento, criação, acompanhamento de produção, supervisão, avaliação e acompanhamento da distribuição de campanhas e peças publicitárias;

3.1.2. Promoção: assessoramento de ações de promoção (eventos, feiras, entre outros);

Os serviços ora contratados visam atender ao objetivo específico, descritos em maiores detalhes no item 5 desse documento.

### **4. OBJETO**

4.1. Constitui objeto deste Termo de Referência a contratação especializada na prestação de serviços de publicidade e propaganda do Senac Goiás, conforme especificações constantes no referido documento.

### **5. ESPECIFICAÇÕES DOS SERVIÇOS**

5.1. Os serviços a serem executados compreenderão o seguinte:

5.1.1. Participação em reuniões de *briefing* para alinhamento das informações, tantas quantas forem solicitadas, e em local determinado pelo Senac Goiás;

5.1.2. Elaboração do plano publicitário, incluindo a concepção das mensagens, marcas e peças (criação) e o estudo dos meios e veículos que, segundo técnicas adequadas, assegurem a melhor cobertura dos públicos e/ou dos mercados objetivados (planejamento de mídia);

5.1.3. Apresentação do plano publicitário ao Senac Goiás, para validação, antes de sua criação, bem como implementação;

5.1.4. Elaboração de plano estratégico e de mídia, incluindo pesquisa, levantamento de perfil do público-alvo, análise de concorrência, estudos dos meios de publicidade e plano de mídia;

5.1.5. Desenvolvimento do plano de mídia, incluindo estudo de público-alvo, definição final dos meios, negociação de verba para contratação dos meios, contratação dos espaços publicitários, envio de material para os meios e acompanhamento da veiculação;

5.1.6. Execução do plano publicitário, incluindo orçamento e realização das peças publicitárias (produção) e a compra, distribuição e controle da publicidade nos veículos contratados (execução de mídia);

- 5.1.7.Desenvolvimento de todas as peças publicitárias relacionadas às campanhas, incluindo direção de arte, criação e finalização dos materiais, bem como envio dos arquivos finais aos fornecedores e empresas gráficas, mídias, dentre outros;
- 5.1.8.Identificação e análise dos públicos e/ou o mercado onde o conceito, ideia, marca, produto ou serviço encontre maior possibilidade de penetração junto ao público-alvo;
- 5.1.9.Identificação e análise das ideias, marcas, produtos ou serviços concorrentes diretos ou indiretos;
- 5.1.10.Planejamento, concepção e criação de mensagens e peças para comunicação digital e posterior desenvolvimento, realização, produção e implementação do material aprovado;
- 5.1.11.Criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias;
- 5.1.12.Controle das inserções publicitárias (mídias contratadas) que deverá ser feito através de relatório mensal com comprovação das veiculações nos veículos descritos neste instrumento;
- 5.1.13.Disponibilização de relatórios de comprovação das veiculações em TV aberta, rádio, jornal, revista e internet, produzido por empresa independente e especializada, em aferição ou auditoria de veiculação de mídia, quando possível, nos termos do artigo 15, da Lei n. 12.232/2010;
- 5.1.14.Criação das campanhas, ou seja, dos conceitos e apelos centrais das campanhas;
- 5.1.15.Redação das peças publicitárias relacionadas às campanhas, bem como a revisão de texto, gramatical e ortográfica destes;
- 5.1.16.Desenvolvimento de todas as peças publicitárias relacionadas às campanhas, incluindo direção de arte, criação e finalização dos materiais, bem como envio dos arquivos aos fornecedores e empresas de mídia;
- 5.1.17.A abrangência da prestação dos serviços será estadual (Estado de Goiás), podendo, em situações específicas, ter abrangência nacional.

## **6. VALOR DA CONTRATAÇÃO**

- 6.1. O valor global destinado para gastos com os serviços objeto da presente concorrência é estimado em até R\$ 3.000.000,00 (três milhões de reais), para um período de 12 (doze) meses, o que não gera obrigação, por parte do Senac Goiás, na utilização do valor integral que, como dito anteriormente, é fixado unicamente para fins estimativos.
- 6.2. O valor estimado poderá sofrer modificação nos casos legais, sobremaneira, alteração da política econômica do país e/ou revisão no orçamento do Senac Goiás, à critério exclusivo da administração do Senac Goiás.

## **7. CRITÉRIO DE JULGAMENTO**

- 7.1. Observadas as demais condições deste Termo de Referência, o julgamento será feito pelo critério de **Técnica e Preço**, conforme parâmetros definidos neste Termo.

## **8. PRAZO PARA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS**

- 8.1.O prazo para execução dos serviços tem como marco inicial a reunião de *briefing* entre as equipes do Senac Goiás e da empresa contratada ou outra forma escolhida pelo

Senac Goiás para dar início à execução dos serviços pretendidos.

8.2. O prazo de desenvolvimento e entrega (criação e/ou produção) da campanha ou peças avulsas de comunicação poderá ser negociado em reunião de *briefing* específica, de acordo com as necessidades do Senac Goiás e, não havendo estipulação em referida reunião, sempre será de 05 (cinco) dias úteis.

8.3. O não atendimento reiterado dos prazos fixados será interpretado como descumprimento contratual, ensejando, à critério exclusivo do Senac Goiás, as penalidades daí decorrentes.

## **9. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

9.1. Iniciar as atividades imediatamente na assinatura do contrato de prestação de serviços respectivo;

9.2. Designar um profissional da contratada (gerente de conta ou de atendimento) que seja responsável pelo relacionamento estratégico com o Senac Goiás, com autonomia para tomada de decisões para a manutenção do bom andamento dos serviços, com rotina de visita estabelecida com a contratante;

9.3. Informar ao Senac Goiás todos os acontecimentos inerentes às atividades objeto do instrumento contratual;

9.4. Comprovar o pagamento dos tributos que incidirem sobre a execução dos serviços prestados quando solicitado;

9.5. Cumprir todas as exigências do instrumento contratual;

9.6. Manter sigilo acerca de todos os dados e informações a que tiver acesso por ocasião da prestação dos serviços contratados, exceto quando autorizada a divulgação;

9.7. Não utilizar a marca do Senac Goiás ou qualquer material por ele desenvolvido, assim como os dados dos clientes a que tenha acesso, em ações desenvolvidas pela contratada fora do âmbito de atuação contratual, exceto quando autorizada;

9.8. Tratar todas as informações a que tenha acesso em função de sua contratação em caráter de estrita confidencialidade, agindo com diligência para evitar sua divulgação verbal e escrita ou permitir o acesso a terceiros, seja por ação ou omissão. A excepcionalidade poderá ser definida pela contratante;

9.9. Divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto do instrumento contratual e que envolva o nome do Senac Goiás somente mediante sua prévia e expressa autorização;

9.10. Manter por si, seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos em decorrência do contrato, sobretudo quanto à estratégia de atuação do Senac Goiás. A excepcionalidade poderá ser definida pela contratante;

9.11. Comprovar, durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação exigidas na licitação que deu origem à sua contratação sempre que solicitado;

9.12. Prestar esclarecimentos ao Senac Goiás sobre eventuais atos ou fatos noticiados que envolvam a contratada;

9.13. Atender às determinações e fiscalizações do Senac Goiás;

9.14. Responsabilizar-se por toda a coordenação e orientação técnica inerente ao implemento e à execução das rotinas previstas neste instrumento, devendo manter o padrão de qualidade dos serviços prestados e dos profissionais designados;

9.15. Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões de serviço entre o Senac Goiás e a contratada, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos



- havidos e também para que ambas as partes tomem as providências necessárias para o desempenho de suas tarefas e responsabilidades;
- 9.16. Enviar os relatórios de que trata o item anterior ao Senac Goiás, no prazo máximo de 02 (dois) dias úteis após a realização do contato e/ou reunião, exceto em circunstâncias adversas devidamente justificadas ou quando desobrigada pela contratante;
  - 9.17. Cumprir todas as leis vigentes no território nacional e responsabilizar-se pelos prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa;
  - 9.18. Cumprir a legislação trabalhista com relação aos seus empregados, isentando sempre o Senac Goiás de qualquer responsabilização quanto ao assunto;
  - 9.19. Responsabilizar-se pelo recolhimento de tributos, taxas e contribuições que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados;
  - 9.20. Responder integralmente por todos os encargos sociais, fiscais, seguros, indenizações e outros dispêndios ocasionados pelo vínculo empregatício que mantém com seus empregados, sobretudo àqueles que prestam serviços ao Senac Goiás, por constituir ônus exclusivo seu. Em decorrência, responsabilizar-se prontamente, de forma integral e sem qualquer restrição, por todas as responsabilidades concernentes ao assunto, isentando o Senac Goiás, expressa e inquestionavelmente, de qualquer litígio ou despesa;
  - 9.21. Responsabilizar-se devidamente pelo ônus de qualquer ação, demanda, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou contratados na execução do serviço objeto do instrumento contratual, bem como obrigar-se por qualquer responsabilidade decorrente de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do instrumento contratual;
  - 9.22. Responder, civil e criminalmente, por eventuais danos ou delitos causados na execução do serviço objeto do instrumento contratual, ou em decorrência deste, por seus empregados, prepostos e/ou contratados ao Senac Goiás ou a terceiros, devendo indenizar todos os prejuízos ocasionados;
  - 9.23. Reembolsar o Senac Goiás caso seus empregados, prepostos e/ou contratados causem danos materiais ou patrimoniais ao mesmo na execução do serviço objeto do instrumento contratual;
  - 9.24. Manter entendimento com o Senac Goiás objetivando evitar interrupções ou paralisações na execução dos serviços;
  - 9.25. Solucionar todos os eventuais problemas pertinentes ou relacionados com a execução dos serviços, mesmo que para isso outra solução não prevista tenha que ser apresentada, sem ônus adicionais para o Senac Goiás;
  - 9.26. Responder, perante o Senac Goiás e a terceiros, por eventuais prejuízos decorrentes de demora ou omissão na prestação de serviços de sua responsabilidade ou por erro na execução dos mesmos;
  - 9.27. Manter comunicação frequente com o Senac Goiás, oferecendo-lhe informações acerca do andamento dos serviços e da evolução dos processos, permitindo, assim, eventuais adequações e ajustes que se façam necessários;
  - 9.28. Dedicar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações junto a terceiros e transferir integralmente ao Senac Goiás descontos especiais (além daqueles previstos em tabelas), bonificações, reaplicações, prazos especiais de pagamento e outras vantagens, excetuando o desconto-padrão de agência previsto nas normas padrões;
  - 9.29. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos,

para os direitos autorais, de imagem, som, voz (atores e modelos), de obras de arte e outros, nos casos de utilização e reutilização em peças publicitárias do Senac Goiás;

- 9.30. Fazer cotação de preços para todos os serviços de terceiros e apresentar, no mínimo, 03 (três) propostas, com a indicação da mais adequada para sua execução. Se não houver possibilidade de obter 03 (três) propostas, a contratada deverá apresentar as justificativas por escrito;
- 9.31. Obter aprovação prévia do Senac Goiás, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada ao instrumento contratual;
- 9.32. Entregar ao Senac Goiás, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e um relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para uma avaliação de seu estágio. Salvo em casos de justificada circunstância;
- 9.33. Pagar a terceiros pelos serviços eventualmente prestados, incluindo os de veiculação, nos prazos e condições previamente aprovados pelo Senac Goiás e expressos pelos fornecedores em seus documentos fiscais, fazendo referência ao instrumento contratual decorrente da presente licitação;
- 9.34. Apresentar, ao Senac Goiás, cópias autenticadas dos respectivos documentos fiscais que comprovem os pagamentos em favor de terceiros até 10 (dez) dias após a sua realização.
- 9.35. A contratada somente deverá atender as demandas de marcas, símbolos e logotipos do Senac Goiás, mediante solicitação pelo seguinte e-mail: comunicacao@go.senac.br.

## **10. OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE**

- 10.1. Comunicar à contratada toda e qualquer orientação acerca dos serviços;
- 10.2. Fornecer e colocar à disposição da contratada todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;
- 10.3. Acompanhar, fiscalizar e auditar a execução dos serviços, nos aspectos técnicos, de segurança, de confiabilidade e quaisquer outros de seu interesse, através de pessoal próprio ou de terceiros designados para este fim;
- 10.4. Avaliar a qualidade dos serviços, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, caso estejam em desacordo com o previsto no instrumento contratual, reservando-se ao direito de suspender o pagamento à contratada até que os serviços sejam executados em conformidade com o contratado;
- 10.5. Fornecer informações institucionais em mídia (impresso ou digital), para alinhar objetivos do Senac Goiás.

## **11. FATURAMENTO**

### **11.1. ADMINISTRAÇÃO REGIONAL SENAC/GO (CNPJ: 03.608.475/0001-53 I.E: ISENTO)**

Endereço: Rua 31-A, N° 43, Qd 26-A Lt 27 – E. Setor Aeroporto, Goiânia/GO, CEP: 74075-470.

## **12. DA SUBCONTRATAÇÃO**

- 12.1. A contratada não poderá transferir a terceiros, por qualquer forma, nem mesmo parcialmente, as obrigações assumidas, nem subcontratar qualquer das prestações a que está obrigada.

### **13. DA PROPOSTA TÉCNICA**

- 13.1. A proposta deverá ser elaborada em papel timbrado, datada, obedecendo ao Termo de Referência e seus anexos;
- 13.2. Razão Social completa da licitante e CNPJ, os quais deverão ser os mesmos constantes da documentação;
- 13.3. O prazo de validade da proposta, não poderá ser inferior a 90 (noventa) dias;
- 13.4. A omissão de qualquer uma das exigências desta solicitação, será considerado o aceite a todas condições estabelecidas neste Termo de Referência, não podendo ser alegado desconhecimento do mesmo;

### **14. DAS PENALIDADES**

- 14.1. Em caso de inadimplemento total, parcial, sem motivo de força maior, a licitante estará sujeita, no que couber, e garantida a prévia defesa, às penalidades previstas na legislação aplicável, para as seguintes hipóteses:
- 14.1.1. Por atraso injustificado ou por inexecução parcial:
- a) Advertência;
  - b) Multa de 0,3% (zero vírgula três por cento) ao dia incidente sobre o valor correspondente ao material ou serviço objeto desta licitação;
  - c) Suspensão temporária de participar em licitação e impedimento de contratar com o Senac, por um prazo de até 2 (dois) anos.
- 14.1.2. Por inexecução total do objeto desta licitação:
- a) Advertência;
  - b) Multa de 10% (dez por cento) sobre o valor total do Contrato; e
  - c) Suspensão temporária de participar em licitação e impedimento de contratar com o Senac/GO, por um prazo de até 2 (dois) anos;
- 14.2. As multas estabelecidas neste item são independentes e terão aplicação cumulativa e consecutivamente, de acordo com as normas que regeram a licitação, mas somente serão definitivas depois de exaurida a fase de defesa prévia da empresa adjudicada.
- 14.3. Quando não pagos em dinheiro pela empresa adjudicada, os valores das multas eventualmente aplicadas serão deduzidos pelo Senac, dos pagamentos devidos e, quando for o caso, cobrado judicialmente.
- 14.4. Quando se tratar de inexecução parcial, o valor da multa será proporcional ao produto que deixou de ser entregue / serviço que deixou de ser executado.
- 14.5. Caso haja a recusa injustificada em assinar o Contrato no prazo de 03 (três) dias úteis, a contar da data da convocação, a empresa estará sujeita a penalidade prevista no 14.1.2, alínea “c” e dará ao Senac/GO o direito de homologar e adjudicar esta licitação aos licitantes remanescentes, na ordem de classificação.
- 14.6. O prazo de convocação para assinatura do contrato poderá ser prorrogado uma vez, por igual período, quando solicitado pela empresa, durante o seu transcurso, desde que ocorra motivo justificado e aceite pelo Senac/GO.

- 
- 14.7. Em caso de reincidência por atraso injustificado será a empresa penalizada nos termos do art. 32, da Resolução Senac/GO nº. 958/2012.

## 15. FISCALIZAÇÃO

15.1. **FISCAL:** Pedro Henrique de Castro Magalhães  
Gerente da Gerência de Comunicação de Marketing  
CPF: 021.329.351-06

15.2. **SUPLENTE:** Jessica Bianchi Oliveira Alves Santos  
Assessor Técnico III  
CPF: 033.819.381-26

## 16. RESPONSÁVEL TÉCNICO

**Pedro Henrique de Castro Magalhães**  
Gerente da Gerência de Comunicação de Marketing

## 17. RESPONSÁVEL PELO TERMO DE REFERENCIA

**Pedro Henrique Pinheiro Gontijo**  
Chefe da Seção de Planejamento de Compras

Goiania, 18 de março de 2022.

### Manual de Marca:

As marcas, símbolos e logotipos do Senac Goiás somente serão disponibilizados mediante solicitação pelo seguinte *e-mail*: [comunicacao@go.senac.br](mailto:comunicacao@go.senac.br).

## **ANEXO II**

### **BRIEFING**

#### **Missão do Senac**

"Educar para o trabalho em atividades de comércio de bens, serviços e turismo".

#### **Histórico**

O Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial - Senac é uma entidade nacional, autônoma, sem fins lucrativos, de direito privado, criado através do Decreto Lei nº 8.621, em 10 de janeiro de 1946, mantida e administrada pela Confederação Nacional do Comércio (CNC). Em Goiás, o Senac foi implantado em 18 de setembro de 1947, mantido pela Federação do Comércio do Estado de Goiás – Fecomércio. Sua expansão física aconteceu a partir da década de 80.

Nos seus primórdios, a clientela do Senac constituía-se de menores aprendizes, com faixa etária entre 14 e 18 anos, que eram dispensados do trabalho em meio período para estudar. Nessa época, a atuação da Instituição limitava-se basicamente a parcerias com as Escolas de Ensino Comercial, fornecendo bolsas de estudos e parte da infraestrutura operacional para atendimento de jovens candidatos a empregos no comércio.

Nas décadas de 50 e 60, o Senac Goiás atendeu tanto os menores aprendizes quanto jovens candidatos a emprego no comércio, em cursos e programas que iam desde os cursos preparatórios para as atividades comerciais até o ginásio comercial.

Com o decorrer do tempo, sempre atento às necessidades econômicas e sociais de sua clientela, o Senac passou por grandes transformações. O processo de globalização da economia e o avanço tecnológico provocaram, ao longo dos anos, mudanças profundas no mercado de trabalho. A alta competitividade e o crescimento das exigências quanto às competências profissionais, firmaram-se como características deste mercado da era pós-industrial. E esse novo mundo do trabalho requer um novo trabalhador.

O Senac atua em todo Estado, por meio dos 21 Centros Educacionais, polos que se localizam em municípios estratégicos: Goiânia (três unidades e a Faculdade Senac Goiás), Aparecida de Goiânia, Anápolis, Rio Verde, Jataí, Mineiros, Quirinópolis, Iporá, Itumbiara, Ceres, Porangatu, Ipameri, Catalão, Luziânia e Caldas Novas além de dois restaurantes escola, mais o Senac Infinite (a unidade é o hub de inovação do Senac em Goiás). O Senac conta também com uma Carreta Móvel que atende na área de Imagem Pessoal, além de um caminhão de gastronomia a demanda dos municípios goianos.

Desenvolve programações de cursos abertos à comunidade em geral, trabalhos de atendimento específico a empresas, como cursos, simpósios, palestras, seminários, workshops, oficinas personalizadas, conforme a necessidade e particularidade de cada organização.

Considerando os valores do modelo de educação profissional centrado no compromisso de desenvolvimento de competências, que exige, cada vez mais, altos níveis de escolaridade, paralelo ao estímulo à formação e aprendizagem contínuas, o Senac Goiás objetiva atender as necessidades locais, com ações de educação profissional que abrangem as modalidades de Educação Inicial e Continuada, Educação Técnica de Nível Médio e Educação Superior, nos eixos tecnológicos de Ambiente e Saúde; Segurança; Desenvolvimento Educacional e Social; Gestão e Negócios; Turismo, Hospitalidade e Lazer; Informação e Comunicação; Infraestrutura; Produção Cultural, Design e Tecnologia.

### **PSG – Programa Senac de Gratuidade**

A partir de 2009 o Senac ampliou ainda mais o seu compromisso com o país ao oferecer, aos brasileiros de baixa renda, vagas gratuitas em diversos cursos, da Formação Inicial ao Nível Técnico.

Resultado de um protocolo firmado entre o Senac e o Governo Federal, ratificado pelo Decreto 6.633, de 5 de novembro de 2008, o **Programa Senac de Gratuidade** significa educação profissional de qualidade para que milhares de pessoas possam planejar seus estudos e ter mais oportunidade de trabalho e emprego.

Por meio de acordo firmado em julho de 2008 com o Ministério da Educação, Ministério do Trabalho e Emprego e o Ministério da Fazenda, o Senac assumiu o compromisso de ampliar ainda mais o seu atendimento gratuito à população com dificuldade de recursos.

O Programa Senac de Gratuidade (PSG) entrou em ação a partir de 2009 e gradativamente, ofereceu bolsas de estudo até alcançar a marca de 66,6% da contribuição compulsória direcionados para essas vagas, no ano de 2014. O objetivo é promover a educação inicial e continuada dentro de Itinerários Formativos, ou seja, cursos que se complementam enquanto formam o profissional.

Desta forma, mais pessoas terão acesso à educação profissional e poderão atuar no mercado, fomentando prioritariamente as atividades do comércio de bens, serviços e turismo no estado. As bolsas serão direcionadas para os programas de aprendizagem, ensino técnico, capacitação e aperfeiçoamento, esses dois últimos com carga horária mínima de 160 horas/aula.

### **Iniciativas de Comunicação**

A instituição tem grande participação nos veículos de comunicação por meio da Gerência de Coordenação de Comunicação e Marketing e por esse motivo há constantemente a divulgação de matérias e reportagens dos serviços prestados em forma de mídia espontânea.

### **Desafio de Comunicação**

Frente às transformações do mercado impostas pela pandemia e pela chamada revolução industrial 4.0 e seus desdobramentos, que implicam alterações amplas e profundas em nosso modo de vida, o Senac Goiás busca identificar e acompanhar as transformações que interferem na atividade econômica, contribuindo para a empregabilidade, proporcionando à comunidade sua inclusão socioeconômica.

Visando o enfrentamento dos desafios da formação em contexto de reestruturação produtiva, caracterizada por inovações tecnológicas e demandas por novos perfis profissionais, com grande mudança nos requerimentos das competências, o Senac pretende tornar-se vetor no

desenvolvimento de tecnologias e metodologias educacionais, referência em soluções de educação profissional e inovação para o setor terciário, reconhecido como importante parceiro pelos setores privado e público na elaboração de políticas nacionais de educação profissional.

Diante desses desafios, faz-se necessário ao Senac Goiás o desenvolvimento de uma robusta campanha de comunicação e marketing que fortaleça a imagem institucional junto às partes interessadas, principalmente ao segmento do comércio de bens, serviços e turismo, e divulgue de forma eficaz seus produtos e serviços alinhados às demandas e transformações do setor empresarial e da sociedade.

Além disso, é fundamental que a campanha de comunicação e marketing seja capaz de destacar a qualidade e a atualidade da oferta de produtos e serviços diante da alta concorrência e reflita no incremento de receita obtida por meio da comercialização destes produtos e serviços, consolidando e valorizando a marca Senac Goiás.

### **Objetivos de comunicação**

- Fortalecer a marca Senac;
- Dar maior visibilidade aos serviços ofertados pela instituição;
- Aumentar demanda para os cursos.

### **Público-alvo**

Como se trata de uma instituição que oferta serviços aos mais variados públicos (empresários, comerciários e comunidade) não é possível apresentar uma análise econômica, social e psicográfica do target. De modo geral, o público-alvo do Senac pode ser descrito da seguinte forma:

- Classe empresarial: homens e mulheres, classe ABC com mais de 35 anos;
- Trabalhadores: maioria mulheres, classe BCD com idade entre 17 e 35 anos;
- Comunidade: homens e mulheres, classe BCD com idade entre 17 e 60 anos.

### **Imagem pretendida**

Associar a imagem do Senac como referência em Educação Profissional dos setores de comércio de bens, serviço e turismo.

### **Conceitos relacionados à imagem**

O Senac é uma instituição com mais de setenta anos de experiência em Educação Profissional e Inovação Tecnológica. Oferta cursos que vão da iniciação profissional à pós-graduação.

### **Período de abrangência da campanha**

Entre maio de 2022 a maio de 2023.

### **Obrigatoriedades de comunicação**

- Respeitar todas as características da logomarca da instituição, bem como sua usabilidade.
- Não utilizar qualquer tipo de mensagem preconceituosa ou discriminatória.

### **Definição dos meios, veículos e materiais.**

As estratégias e ações de comunicação são de livre escolha da agência, cabendo a ela justificar a utilização dos meios, veículos e materiais propostos.

### **Verba referencial**



No cálculo da alocação dos valores para a produção e divulgação da campanha em questão, a licitante utilizará como referencial a verba de R\$ 800.000,00 (oitocentos mil reais).

### ANEXO III

#### DECLARAÇÃO DE CONHECIMENTO E ACEITAÇÃO DAS CONDIÇÕES ESTABELECIDAS NO EDITAL (MODELO)

Eu, \_\_\_\_\_, portador(a) da Carteira de Identidade nº \_\_\_\_\_, expedida pelo \_\_\_\_\_, em \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_, inscrito(a) no CPF sob o nº \_\_\_\_\_, representante legal da empresa \_\_\_\_\_, declaro perante essa Comissão de Licitação e o Senac Goiás que temos conhecimento e aceitamos todas as condições estabelecidas no Edital da **Concorrência nº 002/2022**.

....., xx de xxxxx de 2022.

Assinatura do representante legal da  
empresa Razão social da empresa  
CNPJ da empresa

OBSERVAÇÕES: Este documento deverá ser preenchido em papel timbrado da empresa licitante e assinado por seu representante legal.

---

**ANEXO IV**

**CRENCIAMENTO DE REPRESENTANTE  
(MODELO)**

À  
Comissão de Licitação do  
Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial - Senac Goiás  
Administração Regional em Goiás  
Rua 31-A, nº 43, Setor Aeroporto - Goiânia/GO

Credenciamos ..... (nome completo sem abreviações), portador(a) da Carteira de Identidade nº \_\_\_\_\_, expedida pela \_\_\_\_\_, inscrito(a) no CPF sob o nº \_\_\_\_\_, para que represente nossa empresa nesse certame licitatório, com poderes plenos para prestar esclarecimentos, assinar atas e documentos, interpor recursos ou renunciar ao direito de interpô-los e praticar tudo mais que seja necessário à nossa participação na **Concorrência nº 002/2022** do Senac Goiás.

....., xx de xxxxxxx de 2022.

Nome completo do representante legal  
Razão social da empresa  
CNPJ da empresa

**OBSERVAÇÃO:** esse documento deverá ser preenchido em papel timbrado da empresa licitante e estar devidamente assinado por seu representante legal.

---

**ANEXO V**

**DECLARAÇÃO DE MENORES  
(MODELO)**

À  
Comissão de Licitação do  
Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial - Senac Goiás  
Administração Regional em Goiás  
Rua 31-A, nº 43, Setor Aeroporto - Goiânia/GO

A empresa \_\_\_\_\_, inscrita no CNPJ sob o nº \_\_\_\_\_, DECLARA, para fins do disposto na Constituição Federal, que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menores de 16 (dezesesseis) anos, salvo se na condição de aprendiz, a partir dos 14 (quatorze) anos.

....., xxxx de xxxxxx de 2022.

Nome completo do representante legal

Razão social da empresa

CNPJ da empresa

**OBSERVAÇÃO:** esse documento deverá ser preenchido em papel timbrado da empresa licitante e estar devidamente assinado por seu representante legal.

## ANEXO VI

### APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

#### (MODELO)

À

Comissão de Licitação

Referente **Concorrência nº 002/2022**

#### **1. Preços sujeitos a valoração**

1.1 Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos os seguintes preços para os serviços descritos:

a) desconto, a ser concedido ao Senac Goiás, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de Goiás, referentes a peça e ou material: ...% (.....por cento);

b) honorários, a serem cobrados do Senac Goiás, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material: ....% ( .....por cento);

c) honorários, a serem cobrados do Senac Goiás, incidente sobre os preços de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: ....% (..... por cento);

d) honorários, a serem cobrados do Senac Goiás, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias: ...% ( .....por cento)

1.2 Os preços propostos são de nossa exclusiva responsabilidade e não nos assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

1.3 O prazo de validade desta Proposta de Preços é de ..... (.... ..) dias corridos, contados de sua apresentação, em consonância com o disposto no subitem 13.2 do Edital.

#### **2. Outras declarações**

- 2.1 Estamos cientes e de acordo com os percentuais máximos previstos na Cláusula Quinta da Minuta Contratual (Anexo VII), alusivos à reutilização de peças publicitárias.
- 2.2 Estamos cientes de que o Senac Goiás procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.
- 2.3 Não repassaremos ao Senac Goiás a obrigação de pagamento de tributos e outros encargos de nossa competência.
- 2.4 Comprometemo-nos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação, transferindo ao Senac Goiás todas as vantagens obtidas, nos termos do disposto no parágrafo único do art. 15 da Lei n.º 12.232/2010.
- 2.5 Garantimos o pagamento integral dos valores devidos aos fornecedores de bens e de serviços especializados e aos veículos de divulgação, após o pagamento a cargo do Senac Goiás.
- 2.6 Esta Proposta de Preços está em conformidade com o Edital da concorrência em referência.

local e data

---

nome completo da licitante, nome, cargo e  
assinatura dos representantes legais

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

## ANEXO VII

### MINUTA CONTRATUAL

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO Nº \_\_\_\_\_

**CONTRATO PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA ATENDER AS DEMANDAS DO SENAC GOIÁS, CONFORME PROCESSO CONCORRÊNCIA Nº 002/2022.**

O **SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL – SENAC, Administração Regional no Estado de Goiás**, entidade sem fins lucrativos e de direito privado, com sede no(a) \_\_\_\_\_, na cidade de \_\_\_\_\_ /Estado ..., inscrito(a) no CNPJ sob o nº \_\_\_\_\_, neste ato representado pelo Presidente do Conselho Regional (*nome*), (nacionalidade), (estado civil), portador da carteira de identidade nº \_\_\_\_\_, expedida pelo \_\_\_\_\_, inscrito no CPF sob o nº \_\_\_\_\_ residente e domiciliado em \_\_\_\_\_, doravante denominada CONTRATANTE, e a empresa \_\_\_\_\_ inscrito(a) no CNPJ/MF sob o nº \_\_\_\_\_, sediado(a) na \_\_\_\_\_, em \_\_\_\_\_ doravante designada CONTRATADA, neste ato representada pelo(a) Sr.(a) (*nome*), (nacionalidade), (estado civil), carteira de identidade nº \_\_\_\_\_, expedida pelo \_\_\_\_\_, CPF nº \_\_\_\_\_ residente e domiciliado em \_\_\_\_\_, observando-se as condições estabelecidas na modalidade **CONCORRÊNCIA nº. 002/2022**, e, as disposições da **Resolução Senac nº 958/2012**, publicada no D.O.U., resolvem celebrar o presente Contrato, mediante as cláusulas e condições a seguir enunciadas

#### **CLÁUSULA PRIMEIRA – OBJETO**

**Parágrafo Primeiro** - Constitui o objeto do presente Contrato a **PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA ATENDER AS DEMANDAS DO SENAC GOIÁS**, conforme especificações e quantitativos estabelecidos neste instrumento.

**Parágrafo Segundo** – Este Contrato vincula-se ao Edital e seus anexos do processo identificado no preâmbulo e à proposta vencedora, independentemente de transcrição.

#### **CLÁUSULA SEGUNDA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA:**

**Parágrafo Primeiro** – Apresentar à CONTRATANTE todos os comprovantes de execução de serviços internos, de serviços executados por fornecedores, mediante sua intermediação e supervisão, comprovantes de veiculação, cópias de faturas e duplicatas quitadas, emitidas por fornecedores e veículos de divulgação.

**Parágrafo Segundo** – Manter sob sua guarda os originais dos materiais desenvolvidos para a execução dos serviços (arte, fotolito, VT, filmes etc.), mas disponíveis a qualquer tempo ao CONTRATANTE, que poderá, a seu critério, requisitar cópias dos originais para arquivo

próprio e controle.

**Parágrafo Terceiro** – Fornecer cópia(s) das mídias utilizadas em campanhas ações publicitárias, autorizando, sem custo adicional, que o CONTRATANTE as utilize para divulgação em eventos, cursos, palestras etc., por ele promovidos.

**Parágrafo Quarto** – Apresentar à Direção Regional do CONTRATANTE os planos de mídia para aprovação, antes de serem veiculados nos meios de divulgação.

**Parágrafo Quinto** – Responsabilizar-se pelo pagamento de tributos e outros encargos originados da execução do objeto contratual.

**Parágrafo Sexto** – Assumir os ônus de todas as prescrições das Leis Trabalhistas e da Previdência Social, bem como dos encargos fiscais e comerciais resultantes da execução deste contrato, não transferindo à CONTRATANTE a responsabilidade por seus pagamentos.

**Parágrafo Sétimo** – A contratada se obriga a prestar os serviços dentro dos padrões admitidos e de acordo com as demais especificações e condições descritas no Instrumento Convocatório.

**Parágrafo Oitavo** – Cabe à contratada o cumprimento dos prazos de entrega, nas datas e condições definidas pela contratante, nas quantidades contratadas.

### **CLÁUSULA TERCEIRA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE:**

**Parágrafo Primeiro** - Proporcionar todas as facilidades necessárias à boa execução deste contrato.

**Parágrafo Segundo** – Realizar os pagamentos em até 15 (quinze) dias subsequentes à entrega da Nota Fiscal, desde que os materiais ou serviços tenham sido conferidos e aceitos pelo Senac/GO.

**Parágrafo Terceiro** - Acompanhar e fiscalizar o cumprimento das obrigações da contratada, através de funcionário especialmente designado, conforme Cláusula Décima Terceira deste Contrato.

**Parágrafo Quarto** - Caberá ao Senac/GO notificar a contratada, por escrito, quaisquer falhas, erros, imperfeições ou irregularidades que encontrar nos serviços fornecidos, bem como, exigir o cumprimento de todos os compromissos assumidos pela contratada, de acordo com este Contrato e demais normas da Entidade.

### **CLÁUSULA QUARTA – DO VALOR DO CONTRATO**

**Parágrafo Primeiro** – O valor global estimado para gastos com os serviços contratados, pelo período de 12 (doze) meses será de **R\$ 3.000.000,00 (três milhões de reais)**.

**Parágrafo Segundo** – O valor estimado deste contrato poderá ser revisto, nos casos de alteração na política econômica e/ou de revisão no orçamento do CONTRATANTE.

**Parágrafo Terceiro** – A estimativa de que trata o parágrafo primeiro constitui-se em mera



previsão; não está o CONTRATANTE obrigado a realizá-la em sua totalidade e não cabe à CONTRATADA o direito de pleitear qualquer tipo de reparação.

## **CLÁUSULA QUINTA – DA REMUNERAÇÃO, REAJUSTE E FATURAMENTO**

**Parágrafo Primeiro** – Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada e ressarcida da seguinte forma:

I - Honorários de .. % (..... por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peças e ou material;

II - Honorários de .. % (..... por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução deste contrato;

III - Honorários de .. % (..... por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à criação, ao desenvolvimento e à implementação de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

IV - ...% (..... por cento) dos valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de Goiás, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA, referentes a peças e ou material.

IV.1 - Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

IV.2 A CONTRATADA se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de Goiás e com os preços correspondentes a serem cobrados do CONTRATANTE, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pelo Sindicato ou autenticada por ele.

IV.3 Os honorários de que tratam os incisos I, II e III desta Cláusula serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

V - Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo sobre o cachê original a ser pago pelo CONTRATANTE a atores e modelos, pelos direitos de uso de imagem e de voz, será de 70% (setenta por cento).

V.1 O valor inicialmente contratado poderá ser corrigido, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços – Disponibilidade Interna (IGPI-DI) da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos 12 (doze) meses da cessão original dos

direitos.

VI Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo sobre o valor original da cessão de uso obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pelo CONTRATANTE aos detectores dos direitos patrimoniais de uso dessas obras, será de 70% (setenta por cento).

VI.1 O valor inicialmente contratado poderá ser corrigido, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços – Disponibilidade Interna (IGPI-DI) da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos 12 (doze) meses da cessão original dos direitos.

VII As despesas decorrentes de deslocamentos de profissionais da CONTRATADA ou de seus representantes serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse do CONTRATANTE, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobranças de honorários pela CONTRATADA, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pelo CONTRATANTE.

VIII - A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pelo CONTRATANTE, de créditos que a este tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.

IX - As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser negociadas, no interesse do CONTRATANTE, quando da alteração ou da prorrogação deste contrato.

**Parágrafo Segundo** – Os pagamentos serão realizados em até 15 (quinze) dias subsequentes à entrega da nota fiscal, desde que os serviços tenham sido conferidos e aceitos pelo Senac-GO, e será feito preferencialmente através de boleto bancário, não sendo possível sua emissão o pagamento poderá ser feito através de crédito em conta corrente da empresa contratada.

**Parágrafo Terceiro** – A empresa deverá indicar em sua Nota Fiscal ou Fatura o banco, agência e conta corrente, onde será efetuado o crédito bancário referente à execução do objeto deste Contrato, desde que o mesmo tenha sido executado e aceito pelo Senac-GO.

**Parágrafo Quarto** – O faturamento deverá ocorrer conforme dados abaixo:

SENAC ADMINISTRAÇÃO REGIONAL

CNPJ: 03.608.475/0001-53 Inscrição Estadual: Imune.

Rua 31-A, nº 43, Qd. 26-A, Lt. 27-E, Setor Aeroporto, Goiânia/GO, CEP: 74075-470.

#### **CLÁUSULA SEXTA – DO DESCONTO DA AGÊNCIA**

**Parágrafo Único** – Além da remuneração prevista na Cláusula Quinta, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência – à base de um percentual bruto de 20% (vinte por cento) dos preços de tabela ou dos preços acertado para veiculação, prevalecendo sempre o menor dos dois – a ser concedido pelos veículos de comunicação.

## **CLÁUSULA SÉTIMA – DA GARANTIA**

**Parágrafo Único** – A CONTRATADA deverá, até 30 (trinta) dias, contados da data da assinatura deste contrato, prestar garantia de execução contratual, correspondente a 1% (um por cento) do valor estipulado na Cláusula Quarta, em uma das seguintes formas: caução em dinheiro, fiança bancária ou seguro-garantia.

## **CLÁUSULA OITVA – DA VIGÊNCIA:**

**Parágrafo Único** – O presente contrato terá **vigência de 12 (doze) meses**, pelo período de \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_ à \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_, prorrogável mediante aditivo contratual, em acordo com o art. 26, parágrafo único da Resolução Senac nº 958/2012.

## **CLÁUSULA NONA – RESCISÃO:**

**Parágrafo Primeiro** – O CONTRATANTE poderá rescindir o presente contrato, sem que assista à CONTRATADA qualquer direito de indenização, nos seguintes casos:

- a) Conveniência administrativa, mediante comunicação, por escrito, à CONTRATADA, com 30 (trinta) dias de antecedência;
- b) Não cumprimento ou o cumprimento irregular de cláusulas contratuais, especificações ou prazos;
- c) A decretação de falência ou a instauração de insolvência, dissolução da CONTRATADA;
- d) A ocorrência de caso fortuito ou força maior, regularmente comprovada, impeditiva da execução do contrato.

**Parágrafo Segundo** – Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados pela CONTRATANTE.

**Parágrafo Terceiro** – O termo de rescisão será precedido por Relatório indicativo dos seguintes aspectos, conforme o caso:

- a) Balanço dos eventos contratuais já cumpridos ou parcialmente cumpridos;
- b) Relação dos pagamentos já efetuados e ainda devidos;
- c) Indenizações e multas, se houver.

## **CLÁUSULA DÉCIMA – DAS ALTERAÇÕES:**

**Parágrafo Primeiro** – Eventuais alterações contratuais reger-se-ão por meio de aditivo contratual, nos termos do art. 29 da Resolução Senac nº 958/2012.

**Parágrafo Segundo** – A CONTRATANTE poderá a qualquer momento, determinar a supressão ou acréscimo do objeto contratado, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento).

**Parágrafo Terceira** – As supressões resultantes de acordo celebrado entre as partes contratantes poderão exceder o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, mediante acordo das parte.

## **CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DAS PENALIDADES:**

**Parágrafo Primeiro** - Em caso de inadimplemento total, parcial, sem motivo de força maior, na execução do objeto deste contrato, a CONTRATADA estará sujeita, no que couber, e garantida a prévia defesa, às seguintes penalidades:

I - Por atraso injustificado ou por inexecução parcial:

a) Advertência;

b) Multa de 0,3% (zero virgula três por cento) ao dia incidente sobre o valor correspondente ao material ou serviço objeto desta licitação; e

c) Suspensão temporária de participar em licitação e impedimento de contratar com o Senac-GO, por um prazo de até 02 (dois) anos.

II - Por inexecução total do objeto deste contrato:

a) Advertência;

b) Multa de 10% (dez por cento) sobre o valor total do Contrato; e

c) Suspensão temporária de participar em licitação e impedimento de contratar com o Senac-GO, por um prazo de até 2 (dois) anos.

**Parágrafo Segundo** - As multas estabelecidas nesta cláusula são independentes e terão aplicação cumulativa e consecutivamente, de acordo com as normas que regerem a licitação, mas somente serão definitivas depois de exaurida a fase de defesa prévia da CONTRATADA.

**Parágrafo Terceiro** - Quando não pagos em dinheiro pela CONTRATADA, os valores das multas eventualmente aplicadas serão deduzidos pela CONTRATANTE, dos pagamentos devidos e, quando for o caso, cobrado judicialmente.

**Parágrafo Quarto** - Quando se tratar de inexecução parcial, o valor da multa será proporcional ao serviço que deixou de ser executado.

**Parágrafo Quinto** - Em caso de reincidência por atraso injustificado será a CONTRATADA penalizada nos termos do art. 32, da Resolução Senac nº 958/2012-CN.

## **CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DOS CASOS OMISSOS:**

**Parágrafo único** - Os casos omissos serão decididos pela CONTRATANTE, segundo as disposições contidas na Resolução Senac nº 958/2012, bem como por normas e princípios gerais dos contratos.

## **CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DA GESTÃO E FISCALIZAÇÃO**

**Parágrafo primeiro** - A gestão, o controle, bem como todos os atos preparatórios para formalização dos procedimentos que envolvam a prorrogação, alteração, reequilíbrio, extinção do contrato e demais comunicações relativas a este ajuste deverão ser efetuadas, protocoladas ou transmitidas para a Seção de Gestão de Contratos localizada na Rua 31 - A, nº 43, Qd. 26A, Lt. 27-E, Setor Aeroporto, Goiânia-GO, telefone (62) 3221-0607 / 3219-5199.

**Parágrafo segundo** - A fiscalização do presente instrumento será exercida conforme abaixo:

**a) Fiscal:**

Nome: Pedro Henrique de Castro Magalhães

Cargo: Gerente da Gerência de Comunicação de Marketing

CPF: 021.329.351-06

**b) Suplente:**

Nome: Jessica Bianchi Oliveira Alves Santos

Cargo: Assessor Técnico III

CPF: 033.819.381-26

**CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DO FORO:**

**Parágrafo Primeiro** – Fica eleito o foro da Comarca de Goiânia/GO, com renúncia a qualquer outro, por mais privilegiado que seja, para nele serem dirimidas as questões decorrentes do presente contrato.

E por estarem as partes justas e contratadas, assinam o contrato em 2 (duas) vias de igual teor e forma, na presença de 2 (duas) testemunhas, que também assinam.

Goiânia, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2022.

**CONTRATANTE**

Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial  
Representante legal

**CONTRATADA**

(nome da empresa)  
Representante legal

**TESTEMUNHAS:**

1- \_\_\_\_\_

CPF:

2- \_\_\_\_\_

CPF: