

EDITAL DE LICITAÇÃO Nº 23

ENTIDADES: SESI/SENAI-DR/AP	
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº: 207/2020	TIPO: TÉCNICA E PREÇO
ABERTURA: 14 de dezembro de 2020	HORÁRIO: 10h
LOCAL: Rua Leopoldo Machado, nº 2749, Trem CEP: 68.901-130 Macapá/AP – SESI.	

O Serviço Social da Indústria – SESI e o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial – SENAI – Departamentos Regionais do Amapá, instituições integrantes do Sistema Indústria, por intermédio da Comissão Especial de Licitação, tornam pública a realização de licitação, pela modalidade **CONCORRÊNCIA**, tipo **TÉCNICA E PREÇO**, que se regerá pelo Regulamento de Licitações e Contratos do SESI e do SENAI (RLC), bem como, pelas disposições deste Instrumento Convocatório e de seus anexos.

O recebimento dos envelopes de habilitação, propostas técnicas e propostas de preço dar-se-á às 10h do dia 14/12/2020 na sala de licitações do SESI/AMAPÁ sito à Rua Leopoldo Machado, nº 2749, trem, CEP: 68.101-130, Macapá/AP – acesso pela Avenida Desidério Antônio Coelho, S/N. O edital poderá ser obtido gratuitamente na sala da Coordenação de Licitações e Compras situada no SESI/AMAPÁ com apresentação de pen drive e carimbo CNPJ da empresa ou nos sites www.ap.sesi.org.br e www.ap.senai.br – na aba TRANSPARÊNCIA – EDITAIS E LICITAÇÕES, bem como quaisquer atualizações ou informações serão disponibilizadas nos sites das instituições, sendo de total responsabilidade da licitante o acompanhamento.

Eventuais solicitações de cópias de documentos e informações relativos a este processo licitatório deverão ser encaminhadas para o endereço eletrônico: licitacao@sesisenaiap.org.br

1) DO OBJETO DA LICITAÇÃO

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

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

- a) Planejamento, criação, desenvolvimento, execução e análise de pesquisas de mercado e de opinião e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;
- b) Assessoramento e apoio no planejamento e na execução de planos de comunicação;
- c) elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual;
- d) Assessoramento no desenvolvimento de produtos e serviços;
- e) Elaboração, criação, execução, distribuição e controle de veiculação de peças gráficas, peças eletrônicas e campanhas publicitárias institucionais ou mercadológicas para os produtos, serviços e eventos internos e externos do SESI/AP e SENAI/AP;
- f) Elaboração e desenvolvimento de campanhas de Endomarkating;

- g) Elaboração e desenvolvimento de campanhas de marketing de guerrilha;
- h) Serviços de editoração e impressão de para trabalhos da Gerência de Comunicação Corporativa, tais como: jornais, folders, informativos, periódicos, convites e panfletos;
- i) Desenvolvimento de material gráfico.
- j) controle das inserções publicitárias nos veículos de divulgação do SESI/AP e SENAI/AP, tais como jornal impresso, jornal *on line*, programas de tv, programas de rádio, dentre outros
- k) assessoramento e apoio ao planejamento e execução de teleconferências e outras modalidades de eventos com transmissão via satélite e dos demais serviços destinados ao atendimento das necessidades de comunicação do SESI/AP e SENAI/AP;
- l) desenvolvimento e assessoria na execução de projetos de montagem e decoração de estandes para feiras e eventos com a participação do SESI/AP e SENAI/AP.

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

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

2) DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

2.1 - Os serviços definidos terão o valor estimado da contratação no importe de R\$ **700.000,00 (setecentos mil reais)**.

3) DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

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

3.2 Não poderão participar da presente licitação

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

(CEIS).

g) Pessoa jurídica declarada inidônea pelo Tribunal de Contas da União, nos termos do art. 46 da Lei nº. 8.443/1992.

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

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

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

ENVELOPE Nº 1 - DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

SERVIÇO SOCIAL DA INDÚSTRIA – SESI/AP

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM INDUSTRIAL – SENAI/AP

COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO.

CONCORRÊNCIA LICITAÇÃO Nº 23/2020

Razão Social da Licitante

CNPJ

Representante Legal

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

(Envelope a ser fornecido pelo SESI/SENAI, a partir do dia 27/11/2020, das 9h às 12h e das 14h30 às 18h, no endereço citado no preâmbulo deste edital, não deverá conter qualquer identificação ou etiqueta)

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – Campanha simulada

SERVIÇO SOCIAL DA INDÚSTRIA – SESI/AP

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM INDUSTRIAL – SENAI/AP

COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA LICITAÇÃO Nº 23/2020

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

É vedada conter qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a licitante no envelope **VIA NÃO IDENTIFICADA**.

ENVELOPE Nº 3 – PROPOSTA TÉCNICA - (VIA IDENTIFICADA)

(Envelope a ser providenciado pela licitante).

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIO

SERVIÇO SOCIAL DA INDÚSTRIA – SESI/AP

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM INDUSTRIAL – SENAI/AP

COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO.

CONCORRÊNCIA LICITAÇÃO Nº 23/2020

Razão Social da Licitante

CNPJ

Representante Legal

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

ENVELOPE Nº 4 – PROPOSTA TÉCNICA - (VIA IDENTIFICADA)

(Envelope a ser providenciado pela licitante).

CONJUNTO DE INFORMAÇÕES REFERENTE AO PROPONENTE

SERVIÇO SOCIAL DA INDÚSTRIA – SESI/AP

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM INDUSTRIAL – SENAI/AP

COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO.

CONCORRÊNCIA LICITAÇÃO Nº 23/2020

Razão Social da Licitante

CNPJ

Representante Legal

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

ENVELOPE Nº 5 – PROPOSTA DE PREÇO

(Envelope a ser providenciado pela licitante).

SERVIÇO SOCIAL DA INDÚSTRIA – SESI/AP

COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO.

CONCORRÊNCIA LICITAÇÃO Nº 23/2020

Razão Social da Licitante

CNPJ

Representante Legal

3.3. Não serão recebidos envelopes encaminhados por via postal, nem documentos apresentados por meio de disco magnético ou cópias em fax, mesmo autenticadas, e tampouco quando forem entregues em local diferente ao indicado no preâmbulo.

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

3.5. A participação na presente licitação implica aceitação integral e irrevogável dos termos e condições deste Edital e dos seus Anexos, bem como do Regulamento de Licitações e Contratos (RLC)

4. DO CREDENCIAMENTO DO REPRESENTANTE

4.1 A licitante se fará representar nesta licitação por meio de pessoa física devidamente credenciada:

a) Cada licitante far-se-á representar por seu titular, mandatário constituído ou pessoa devidamente munida de credencial, sendo que somente estes poderão rubricar a documentação e intervir nas fases do procedimento licitatório, respondendo, assim, para todos os efeitos, por sua representada, devendo ainda, no ato de entrega dos envelopes, identificar-se exibindo a **carteira de identidade ou outro documento equivalente, tendo representante nacionalidade estrangeira, deverá apresentar prova de permanência no País.**

b) **O credenciamento far-se-á por meio de instrumento público de procuração ou instrumento**

particular, neste último, juntamente com o estatuto, contrato social ou documento equivalente da licitante representada, atualizado, com poderes para praticar, em nome da licitante, todos

- c) **os atos pertinentes ao certame**, que deverá ser apresentado à CEL **fora dos envelopes**.
 - d) Em caso de sócio proprietário, dirigente ou assemelhado da licitante, o credenciamento far-se-á pela apresentação de cópia do respectivo estatuto, contrato social ou documento equivalente, atualizado, no qual estejam expressos seus poderes para exercer direitos e assumir obrigações
- 4.2 Poderá a licitante, a qualquer tempo, mediante a verificação dos documentos de credenciamento, a indicação ou substituição de sua representante, apresentando justificativa pela substituição.
- 4.3 Nenhuma pessoa, ainda que munida de procuração, poderá representar mais de uma licitante, sob pena de as demais outorgantes perderem o seu direito à representação nas sessões públicas.
- 4.4 A ausência de documento hábil de credenciamento ou representação não impedirá o representante de participar da licitação, **mas o impedirá de praticar qualquer ato durante o procedimento licitatório**.
- 4.5 **Os envelopes serão recebidos pela Comissão somente no momento da abertura da sessão de licitação e deverão estar devidamente lacrados sob pena de desclassificação da licitante caso haja violação no lacre.**

5 – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

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

I - Relativos à Habilitação Jurídica:

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

II - Relativos à Regularidade Fiscal:

- a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ);
- b) Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se houver relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;
- c) Prova de regularidade para com as Fazendas Federal, Estadual e Municipal do domicílio ou sede da licitante, na forma da lei;
- d) Prova de regularidade relativa à Seguridade Social e ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), no cumprimento dos encargos instituídos por lei;

e) Certidões de não contribuinte, quando a licitante se enquadrar como tal;

III - Relativa à Qualificação Técnica:

- a) **Comprovante de registro ou inscrição no Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP;**
b) Comprovação de aptidão para o desempenho de atividade pertinente e compatível, em características, quantidades e prazos com o objeto da licitação, por meio da apresentação de 01 (um) ou mais atestados, fornecidos por pessoa jurídica, de direito público ou privado, de que já prestou ou presta satisfatoriamente serviço da mesma natureza ou similar ao objeto aqui licitado. O atestado deverá conter o ano de início e término da execução dos serviços, caso já tenha sido finalizada, além das seguintes informações:
1. Nome, CNPJ e endereço completo do emitente da certidão;
 2. Nome da empresa que prestou o serviço ao emitente;
 3. Data de emissão do atestado ou da certidão;
 4. Assinatura e identificação do signatário (nome, cargo ou função que exerce junto à emitente).
- c) relação de clientes regulares, de âmbito nacional, estadual e/ou local, com indicação da data do período do atendimento, bem como os respectivos ramos de atividades, produtos e serviços a cargo da agência;
d) composição da diretoria da empresa e relação dos responsáveis pelos serviços mencionados no objeto deste Edital, acompanhada dos respectivos currículos.

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

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

IV - Relativos à Qualificação Econômico-Financeira:

- a) **Certidão negativa de falência ou concordata, expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, ou de execução patrimonial, expedida no domicílio da pessoa física;**
b) **Balço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social**, já exigíveis e apresentados na forma da lei, ou balanço de abertura no caso de empresa recém-constituída, vedada substituição por balancetes ou balanços provisórios, que comprove a situação financeira da empresa, através do cálculo dos índices contábeis conforme os itens b.3 e b.4 desta alínea;

b.1) Entenda-se por “na forma da lei”:

I – quando S/A: balanço patrimonial devidamente registrado na Junta Comercial e publicado em Diário Oficial e em jornal de grande circulação editado na localidade em que está situada a sede da companhia, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído (art. 5º, § 2º, do Decreto-Lei nº 486/69);

II – quando outra forma societária: Balanço acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído, autenticados pelo órgão competente de Registro

do Comércio, ou Termo de Opção, se a empresa for optante pelo regime de tributação do Imposto de Renda com base no lucro presumido.

III - sociedades simples (registrada no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede): caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro na Junta Comercial.

b.2) A licitante que optou pela Declaração Simplificada de Rendimentos e Informações deverá comprovar a qualificação econômico-financeira mediante a apresentação de cópia autenticada encaminhada à Receita Federal, referente ao último exercício.

b.3) Os índices contábeis, com base no balanço patrimonial (índices de Liquidez Geral - LG, de Solvência Geral – SG, e de Liquidez Corrente – LC), resultam da aplicação das fórmulas a seguir, e todos terão que ser maiores que um (>1):

LG = (Ativo Circulante + Realizável em Longo Prazo) / (Passivo Circulante + Exigível em Longo Prazo)

SG = Ativo Total) / (Passivo Circulante + Exigível em Longo Prazo)

LC = (Ativo Circulante) / (Passivo Circulante)

b.4) Caso a licitante tenha menos de um ano de existência, e ainda não tendo balanço, deve apresentar demonstrações contábeis, envolvendo seus direitos, obrigações e patrimônio líquido relativos ao período de sua existência, e o índice de Solvência (S), calculado conforme a fórmula a seguir, terá que ser maior ou igual a um (> ou = a 1):

S = (Ativo Total) / (Passivo Exigível Total)

b.5) Os índices de que tratam os subitens anteriores desta alínea serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do número de registro no Conselho Regional de Contabilidade.

c) Capital mínimo ou patrimônio líquido mínimo equivalente a 10% do valor estimado no contrato.

V - - Declarações:

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

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

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

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

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

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

5.7. A Comissão Especial de Licitação e a Comissão Técnica poderão, no interesse das Contratantes, relevar omissões puramente formais nos documentos de Habilitação e Propostas apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta Concorrência e possam ser sanadas no prazo a ser fixado pela Comissão Especial de Licitação

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

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

6.2. **Os envelopes de nº 2, nº 3 e nº 4** deverão conter propostas técnicas, compostas por dois Planos de Comunicação Publicitário (campanha simulada) e pelo conjunto de Informações do proponente, apresentadas sem emendas, rasuras ou borrões

6.2.1. As propostas técnicas deverão ser apresentadas em **03** (três) envelopes distintos, sendo o envelope nº 2 para a **via não identificada dos Plano de Comunicação Publicitário (campanha simulada)**, envelope de nº 3 para **via identificada dos Plano de Comunicação Publicitário** e o envelope nº4 para o **Conjunto de informações referentes ao Proponente**, integrantes da proposta técnica que consistirá de um conjunto de textos anexos e deverá atender aos seguintes requisitos:

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

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

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

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

6.2.4.1. A licitante, através dos seus representantes legais devidamente credenciados, deverá retirar junto à Comissão Especial de Licitação, em até 05 (cinco) dias úteis anteriores a data da realização do certame, no local indicado no preâmbulo deste edital, o envelope padronizado destinado à apresentação da via não identificada do **Plano de Comunicação Publicitário**.

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

6.3. Para efeito de avaliação nesta fase a licitante deverá apresentar uma **campanha simulada** sobre o tema hipotético, conforme “Briefing” (anexo) com verba referencial de R\$ 100.000,00 (cem mil reais), tendo como público-alvo a população em geral do Estado do Amapá, contendo Plano de Comunicação Publicitário e o Conjunto de Informações Referentes ao Proponente, que dispõe o item 7 desde edital

7. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIO – 02 (dois) envelopes - UM PARA A VIA NÃO IDENTIFICADA E UM PARA VIA IDENTIFICADA.

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

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

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

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

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

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

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

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

II- explicitação e defesa dos principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos e ferramentas deverão ser utilizados;

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

8. CONJUNTO DE INFORMAÇÕES REFERENTE AO PROPONENTE

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO:

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

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

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

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

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

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

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

b) Repertório:

I- conjunto de trabalhos realizados pela proponente - portfólio -, com as respectivas fichas técnicas, sendo os filmes apresentados em DVDs e os spots e jingles em CDs;

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

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

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

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

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

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

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

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

9 - PROPOSTA DE PREÇOS – ENVELOPE Nº 5

9.1. Decidida a classificação técnica, serão abertos os envelopes Proposta de Preço das licitantes classificadas, que serão rubricados folha por folha pela Comissão Especial de Licitação e pelos

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

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

- a) Desconto que será concedido a contratante no pagamento dos custos internos da agencia, apurado em relação a Tabela de Custos Internos das Agencias do Sindicato das agências de propaganda do estado do Pará (Anexo)
- b) Taxa de administração (honorários) sobre custos de serviços realizados por terceiros que a licitante praticará frente à contratante
 - b.1. Os honorários sobre os custos comprovados dos serviços autorizados e executados por terceiros não deverão incidir sobre os impostos que forem adicionados aos preços desses serviços.
- c) Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da lei 4.680/65

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

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

10 - DOS PROCEDIMENTOS

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

10.2. A comissão especial de licitação e a comissão técnica poderão, no interesse do SESI e SENAI revelar omissões puramente formais nos documentos e propostas apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura do caráter competitivo desta concorrência e possam ser sanadas no prazo a ser fixo pela comissão especial de licitação

10.3 Serão realizados quatro reuniões públicas, observando-se os procedimentos previstos neste edital e no regulamento de licitações e contratos do SESI e SENAI

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

- a) identificar os representantes das licitantes por meio do documento exigido no item **3** e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) receber os **Envelopes nº 1, nº 2, nº 3, nº 4 e nº 5**;
- c) conferir se os **Envelopes nº 2** apresentam em sua parte externa alguma menção que identifique a empresa licitante, ocorrência que impedirá a Comissão de receber todos os seus invólucros;
- d) abrir os **Envelopes nº 2**, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes;
- e) abrir os **Envelopes nº 4**, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes;
- f) lançar a rubrica dos membros da Comissão Especial de Licitação e dos representantes das licitantes nos fechos dos **Envelopes nº 1, nº 3 e nº 5**, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão;
- g) Informar aos licitantes a data, hora e local da próxima reunião pública.

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

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

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

10.7. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada por não ter atendido às exigências do presente Edital ou de seus anexos, a Comissão Especial de Licitação ou a Comissão Técnica atribuirá pontuação a cada um dos quesitos ou subquesitos da Proposta Técnica, 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 respectiva Comissão, até que sejam vencidos os prazos para recursos relativos a essa fase.

10.7.1. O disposto no item **10.7** não se aplica aos casos em que o descumprimento de regras previstas neste Edital resulte na identificação da licitante antes da abertura do **Envelope nº 3**.

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

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

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os **Envelopes nº 3**;
- c) identificar as vias não identificadas (**Envelopes nº 2**) comparando com as vias identificadas (**Envelopes nº 3**) do Plano de Comunicação Publicitária, para verificação de sua autoria;
- d) elaborar planilhas com as notas atribuídas pela Comissão Técnica às propostas Técnicas, constituídas dos quesitos: Planos de Comunicação Publicitários (um para o SESI e outro para o SENAI), Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

e) dar conhecimento aos licitantes presentes o resultado do julgamento das Propostas Técnicas.

10.10. Se todos os representantes dos licitantes estiverem presentes, abrir-se-á o prazo de cinco dias úteis para interposição de recurso às decisões desta fase. Caso contrário, o prazo para interposição de recursos contará a partir da divulgação do resultado, o que se fará por meio de e-mail.

10.10.1. A Comissão Especial de Licitação poderá solicitar que a Comissão Técnica se manifeste em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas.

10.11. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão marcados data, hora e local da próxima reunião pública.

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

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

10.13. Se todos os representantes dos licitantes estiverem presentes, abrir-se-á o prazo de cinco dias úteis para interposição de recurso às decisões desta fase. Caso contrário, o prazo para interposição de recursos contará a partir da divulgação do resultado, o que se fará por meio de e-mail.

10.14. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão marcados data, hora e local da próxima reunião pública.

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

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

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

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

10.18. A Comissão Especial de Licitação apreciará e decidirá sobre a habilitação da licitante que obteve a maior Nota Final, procedendo conforme segue:

- a) examina a documentação e decide sobre a habilitação da licitante, de acordo com os critérios estabelecidos neste Edital;
- b) pronunciando-se pela habilitação, informa às licitantes o resultado do julgamento e declara vencedora desta concorrência a licitante com maior Nota Final, observado o disposto no subitem 12.2.1;

c) coloca à disposição das licitantes, para exame, a documentação anteriormente examinada pela Comissão Especial de Licitação, abrindo o prazo de cinco dias úteis para interposição de recursos.

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

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

11 - DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS:

11.1. Uma **Comissão Técnica**, formalmente designada para tal mister, considerará os fatores de pontuação dos materiais apresentados no envelopes 2 – PROPOSTA TÉCNICA, devendo apresentar um **Parecer Técnico** à Comissão Especial de Licitação, utilizando como parâmetros os critérios a seguir enumerados:

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

I - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA NÃO IDENTIFICADA	
QUESITO	PONTUAÇÃO
Raciocínio Básico	10
Estratégia de Comunicação Publicitária	25
Ideia Criativa	20
Estratégia de Mídia e Não Mídia	10
II – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DA PROPONENTE - DOCUMENTOS IDENTIFICADOS	
QUESITO	PONTUAÇÃO
Capacidade de Atendimento	15
Repertório	10
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicações – <i>cases</i>	10
PONTUAÇÃO MÁXIMA TOTAL (I + II)	100

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

- das funções e do papel do SESI/SENAI AP nos contextos social, político e econômico:** máximo de 2 (dois) pontos.
- da natureza, da extensão e da qualidade das relações do SESI/SENAI AP com o seu público:** máximo de 2 (dois) pontos.
- da natureza e da extensão do objeto da licitação:** máximo de 2 (dois) pontos.

d) **do problema específico de comunicação a ser enfrentado pelo Sesi/SENAI AP:** máximo de 2 (dois) pontos.

e) **das necessidades de comunicação do Sesi/SENAI AP para enfrentar esse problema de comunicação:** máximo de 2 (dois) pontos.

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

a) **a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do Sesi/SENAI AP e ao seu problema específico de comunicação:** máximo de 5 (cinco) pontos.

b) **a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos:** máximo de 5 (cinco) pontos.

c) **a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação do Sesi/SENAI AP:** máximo de 5 (cinco) pontos.

d) **a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta:** máximo de 5 (cinco) pontos.

e) **a capacidade de articular os conhecimentos sobre o Sesi/SENAI AP, o ambiente no qual eles se inserem, seu problema específico de comunicação, seu público, os resultados e metas por eles desejados e a verba disponível:** máximo de 5 (cinco) pontos.

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

a) **sua adequação ao problema específico de comunicação do Sesi/SENAI AP, à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante e à realidade dos segmentos de público-alvo:** máximo de 4 (quatro) pontos.

b) **a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta:** máximo de 4 (quatro) pontos.

c) **a simplicidade da forma sob a qual se apresenta e a originalidade da combinação dos elementos que a constituem:** máximo de 4 (quatro) pontos.

d) **a exequibilidade da campanha proposta:** máximo de 4 (quatro) pontos.

e) **os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças ou material apresentados:** máximo de 4 (quatro) pontos.

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

a) **conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos do público prioritário:** máximo de 2 (dois) pontos.

b) **capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos:** máximo de 2 (dois) pontos.

c) **consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores:** máximo de 2 (dois) pontos.

d) **economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças:** máximo de 2 (dois) pontos.

e) **criatividade na proposição de peças de mídia e não mídia:** máximo de 2 (dois) pontos.

11.6 - Na avaliação do quesito **Capacidade de Atendimento** (máximo de 15 pontos), serão verificados os seguintes subquesitos:

a) **qualificação dos principais executivos e integrantes das equipes nas áreas de atendimento, planejamento, criação, produção gráfica, mídia e RTVC:** máximo de 5 (cinco) pontos.

b) **capacidade geral de atendimento revelada pela licitante, considerando o histórico, o perfil da Agência e a estrutura operacional colocada à disposição do SESI/SENAI AP:** máximo de 5 (cinco) pontos.

c) **experiência de atendimento nos últimos 24 (vinte e quatro) meses:** máximo de 5 (cinco) pontos.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

11.5. A Comissão Especial de Licitação desclassificará as licitantes cujas propostas técnicas:

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

12 - DO JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

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

12.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que:

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

12.3. Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Planilha que constitui o item seguinte, ressalvado que, nos termos do art. 8, § 2º do Regulamento de Licitações e Contratos do SESI/SENAI, **não será aceito:**

- a) Desconto inferior a 50% (cinquenta por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Pará (SINAPRO/PA) a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pelo participante. (60 pontos).

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

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

b) Percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato; (20 pontos)

c) Percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965. (20 pontos)

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

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

apenas de intermediação.		Demais ofertas	5
		Pontuação máxima do item 2	20
3. Honorários de serviços especializados de produção de peças/projetos publicitários.	Percentual de honorário sobre serviços de terceiros	Menor comissão	20
		Segunda menor comissão	15
		Terceira menor comissão	10
		Demais ofertas	5
		Pontuação máxima do item 3	20
		TOTAL DE PONTOS	100

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

$$P = P1 + P2 + P3$$

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

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

- a) o maior percentual de desconto sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante;
- b) o menor percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;
- c) o menor percentual de honorários referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores

12 - DO RESULTADO FINAL

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

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

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

12.2. Será declarada vencedora a licitante que conjugar maior nota final (NF).

12.2.1. Se houver empate na nota final, será considerada vencedora a licitante que tiver ofertado o menor preço.

13. DA IMPUGNAÇÃO DO EDITAL E DOS RECURSOS

13.1. Decairá do direito de impugnar os termos desta Concorrência perante o Sesi/AP e Senai/AP a licitante que não o fizer até o terceiro dia útil que anteceder o recebimento das propostas. Não impugnado o ato convocatório, preclui toda a matéria nele constante.

13.2. Dos resultados da fase de habilitação, dos julgamentos das propostas técnica e de preço e do resultado final caberão recursos escritos e fundamentados dirigidos, por intermédio da Comissão Especial de Licitação, ao Superintendente Corporativo do Sesi/AP e Senai/AP, que atuará como Autoridade Recursal.

13.2.1. Os eventuais recursos deverão ser interpostos no prazo de 05 (cinco) dias úteis a contar da intimação da decisão recorrida, pela licitante que se julgar prejudicada.

13.2.2. Após cada fase da licitação, os autos do processo ficam automaticamente com vistas aos interessados pelo prazo necessário à interposição de recursos, ressalvada a desistência expressa pela licitante a quem assistia o direito de recorrer, ou o silêncio de qualquer delas no momento em que deveriam manifestar esse interesse.

13.3. Os recursos serão recebidos com efeito suspensivo e serão julgados no prazo de até 10 (dez) dias úteis contados da data final para sua interposição, pelo Superintendente Corporativo do Sesi/AP e Senai/AP ou por quem dele receber delegação de competência para tal finalidade.

13.4. O licitante que puder vir a ter a sua situação efetivamente prejudicada em razão de recurso interposto poderá sobre ele se manifestar no mesmo prazo recursal, que correrá da comunicação da interposição do recurso.

13.5. Somente serão admitidos recursos por intermédio de petição circunstanciada, que deverá ser protocolizada em conformidade com os prazos estabelecidos neste Edital e nos Regulamentos de Licitações e Contratos Sesi e Senai.

13.5.1. Os recursos deverão ser apresentados e protocolados no horário de 8h às 12h e de 14h às 18h, exclusivamente no Protocolo da Casa da Indústria, situado à Avenida Padre Julio Maria Lombaerd, 2000, Santa Rita, Macapá/AP.

14 - DA HOMOLOGAÇÃO E DA ADJUDICAÇÃO

14.1. Julgados eventuais recursos, ou em não havendo sua interposição, o Superintendente Corporativo do Sesi/AP e Senai/AP poderá homologar o resultado da licitação e, por conseguinte, adjudicar o objeto à licitante vencedora.

15 - DA ASSINATURA DO CONTRATO E DO PRAZO CONTRATUAL

15.1. O contrato terá vigência de 12 (doze) meses, a partir de sua assinatura e poderá ser prorrogado de acordo com o interesse das partes, não podendo ultrapassar o limite máximo de 60 (sessenta) meses, de acordo com o Regulamento de Licitações e Contratos do Sesi e Senai.

15.2. A licitante vencedora será convocada, por escrito, para assinar o contrato.

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

15.3. A assinatura do contrato deverá ocorrer no prazo de até 10 (dez) dias úteis, contados a partir da data de expedição da convocação escrita, não se computando no prazo de validade da proposta.

15.4. Caso a licitante vencedora se recuse ou não compareça para assinar o contrato no prazo estipulado no item anterior, o Sesi/AP e Senai/AP poderão, a seus critérios, convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições estabelecidas na proposta de menor preço, ou revogar esta Concorrência.

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

16 - PAGAMENTO

16.1. Os pagamentos serão creditados em favor da Contratada, em sua conta bancária (Banco, agência, localidade e número da conta corrente), até o 15º (décimo quinto) dia útil após a aceitação e atesto das Notas Fiscais/Faturas, pelo Fiscal do Contrato.

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

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

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

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

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

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

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

17 - PENALIDADES

17.1. A recusa injustificada em assinar o contrato dentro do prazo fixado no ato convocatório caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida, ficando sujeito à multa de 10% (dez por cento) do valor estimado da verba, perda do direito à contratação e suspensão do direito de licitar com o SESI/AP e SENAI/AP por prazo não superior a 02 (dois) anos.

17.2. A prática de ilícitos em quaisquer das fases do procedimento licitatório implicará na suspensão do direito de licitar com o SESI/AP e SENAI/AP por prazo não superior a 02 (dois) anos.

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

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

17.5. As demais penalidades são fixadas no contrato.

18 - DOS DIREITOS AUTORAIS

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

19. DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS - DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

19.1. Os recursos para atender à presente despesa estão previstos no orçamento constante do exercício de 2015. As despesas serão rateadas entre as unidades SESI/AP e SENAI/AP, conforme abaixo:

- Serviço Nacional da Aprendizagem industrial – SENAI/AP
Unidade: 50.05.01.03 – **Gerência de Comunicação**
CR: 1.02.01.01.03.1 - **Comunicação Institucional SENAI**

- Serviço Social da Indústria – SESI/AP
Unidade: 50.05.01.03 – **Gerência de Comunicação**
CR: 1.02.01.01.03.1 - **Comunicação Institucional SESI**

19.2. As despesas com o contrato resultante desta concorrência, pelos primeiros doze meses, estão estimadas em R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais).

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

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

20. DA GARANTIA CONTRATUAL

20.1. Será exigida, para a assinatura do contrato, prestação de garantia em favor do SESI/AP e SENAI/AP, correspondente a 5% (cinco por cento) do valor mencionado no item 19.2, em uma das seguintes modalidades:

- a) caução em dinheiro;
- b) fiança bancária;
- c) seguro garantia.

21. DISPOSIÇÕES GERAIS

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

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

21.3. Quaisquer pedidos de esclarecimentos em relação a eventuais dúvidas de interpretação deste Edital deverão ser dirigidos à Comissão Especial de Licitação até 08 (oito) dias antes da data prevista no preâmbulo para a abertura das propostas, no horário de 8h às 12h e 14h às 18h, no seguinte endereço: Avenida Padre Júlio Maria Lombaerd, nº 2000, Bairro Santa Rita, CEP: 68.900-030, Macapá-AP. Estes pedidos de esclarecimentos poderão ser feitos, também, pelo e-mail: licitacao@sesisenaiaop.org.br.

21.3.1. Somente a Comissão Especial de Licitação dirimirá as dúvidas e omissões decorrentes deste Instrumento Convocatório e seus Anexos, e o fará por escrito, mediante pedidos de esclarecimentos sobre a licitação. As respostas serão endereçadas diretamente aos consulentes e também divulgadas às demais empresas que obtiveram o Edital.

21.3.2. Fica reservado à Comissão Especial de Licitação o prazo de até 05 (cinco) dias úteis para responder as dúvidas e solicitações de esclarecimentos, podendo este prazo ser prorrogado por igual período, dependendo da complexidade das dúvidas suscitadas.

21.4. Qualquer alteração neste Edital será comunicada aos interessados pela mesma forma com que se deu a divulgação ao texto original, reabrindo-se o prazo inicialmente estabelecido, exceto quando a alteração não afetar a formulação das propostas. Neste último caso, o aviso das alterações será

publicado, exclusivamente, nas páginas das entidades na internet, no endereço www.ap.senai.br e www.ap.sesi.org.br, sem necessidade de reabertura de prazos.

21.5. Serão inabilitadas as licitantes e/ou desclassificadas as propostas que não tenham atendido às condições estabelecidas neste Instrumento Convocatório e seus Anexos.

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

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

21.7. As empresas interessadas deverão manter-se atualizadas de quaisquer alterações e/ou esclarecimentos sobre o Edital, através de consulta permanente aos endereços acima indicados, não cabendo às entidades licitadoras a responsabilidade pela não observância deste procedimento.

21.8. Das sessões públicas serão lavradas atas, as quais serão assinadas pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes, se assim o desejarem, com os registros das ocorrências.

21.9. O SESI/AP e SENAI/AP, nos termos dos Regulamentos de Licitações e Contratos do SESI e SENAI, reserva-se o direito de, antes da assinatura do contrato, cancelar, adiar, transferir ou ainda revogar a presente licitação, no todo ou em parte, sem que caiba aos licitantes o direito à interposição de qualquer espécie de recurso, reclamação ou indenização.

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

21.11. Os envelopes dos licitantes, ainda lacrados e não utilizados no certame, serão disponibilizados para retirada no prazo de até 30 (trinta) dias contados da assinatura do contrato. Decorrido esse prazo, poderá ser providenciada a sua destruição.

21.12. As licitantes e qualquer cidadão estão legitimados a impugnar este Edital por irregularidade, devendo protocolar o pedido de impugnação em até 05 (cinco) dias úteis antes da data do recebimento das propostas, no endereço que consta no preâmbulo deste Edital.

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

21.14. Os casos omissos deste edital serão resolvidos pela Comissão Especial de Licitação, com a aplicação das disposições do Regulamento de Licitações do SESI e SENAI.

22 – DO FORO

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

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

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

Macapá-AP, 25 de novembro de 2020

Anne Caroline da Silva

Presidente de Licitação Cooperativo
SESI-SENAI – DR/AP

ANEXO I - TERMO DE REFERÊNCIA

1 – OBJETO

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

2 – OBJETIVO

2.1 – Contratação, sob demanda, de agência de publicidade e propaganda, especializada na prestação de serviços técnicos de divulgação de atos, comunicação, programas, produtos, ações, serviços e campanhas publicitárias, compreendendo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade, peças e materiais publicitários, sempre com a meta de contribuir para a promoção do SESI/AP e do SENAI/AP, promover a venda de serviços educacionais e tecnológicos, difundir ideias e informar ao público em geral.

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

- a) planejamento, criação, desenvolvimento, execução e análise de pesquisas de mercado e de opinião e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;
- b) assessoramento e apoio no planejamento e na execução de planos de comunicação;
- c) elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual;
- d) assessoramento no desenvolvimento de produtos e serviços;
- e) elaboração, criação, execução, distribuição e controle de veiculação de peças gráficas, peças eletrônicas e campanhas publicitárias institucionais ou mercadológicas para os produtos, serviços e eventos internos e externos do SESI/AP e SENAI/AP;
- f) elaboração e desenvolvimento de campanhas de Endomarketing;
- g) elaboração e desenvolvimento de campanhas de marketing de guerrilha;
- h) serviços de editoração e impressão de para trabalhos da Gerência de Comunicação Corporativa, tais como: jornais, folders, informativos, periódicos, convites e panfletos;
- i) desenvolvimento de material gráfico.

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

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

3 – JUSTIFICATIVA E FINALIDADE DA CONTRATAÇÃO

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

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

4 – CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

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

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

4.3 - Elaboração e desenvolvimento de campanhas de Endomarketing;

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

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

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

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

4.8 - Os serviços serão executados pela contratada com o fornecimento de toda mão de obra, material e equipamento necessários, sendo permitida a contratação de fornecedores de bens e serviços auxiliares da propaganda, necessários ao cumprimento do objeto contratado, desde que previamente submetido à anuência da Gerência de Comunicação Corporativa. Nessa hipótese, a contratada será responsável pela administração dos suprimentos de bens e serviços de terceiros, fornecedores e pela integral execução dos serviços de sua competência, arcando integralmente com os encargos de qualquer natureza deste, decorrentes.

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

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

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

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

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

5 - QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

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

6 – DA AVALIAÇÃO TÉCNICA DA PROPOSTA

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

O Plano deverá ser elaborado com observância às seguintes regras:

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

6.2 - Para orientação das licitantes quanto ao Plano de Comunicação Publicitária a ser apresentado, fica estipulada uma verba referencial de R\$ 100.000,00 (cem mil reais) para a campanha simulada, tendo como público-alvo a população em geral do Estado do Amapá.

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

- a) **Raciocínio Básico**, sob a forma de texto, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do SESI/SENAI AP, a compreensão da licitante sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados;
- b) **Estratégia de Comunicação Publicitária**, sob a forma de texto, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo SESI/SENAI AP, compreendendo:

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

II- explicitação e defesa dos principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos e ferramentas deverão ser utilizados;

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

b) Repertório:

I- conjunto de trabalhos realizados pela proponente - portfólio -, com as respectivas fichas técnicas, sendo os filmes apresentados em DVDs e os spots e jingles em CDs;

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

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

d) **Experiência anterior:** A proponente deverá apresentar Atestados de Capacidade Técnica, fornecidos por entes ou órgãos, públicos ou privados, indicando, cada um deles, objeto compatível com a presente licitação.

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

7.4 - VIA IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA:

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

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

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

8 - DA AVALIAÇÃO TÉCNICA:

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

I - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA NÃO IDENTIFICADA	
QUESITO	PONTUAÇÃO
Raciocínio Básico	10
Estratégia de Comunicação Publicitária	25
Ideia Criativa	20
Estratégia de Mídia e Não Mídia	10

II – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DA PROPONENTE - DOCUMENTOS IDENTIFICADOS	
QUESITO	PONTUAÇÃO
Capacidade de Atendimento	15
Repertório	10
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicações – <i>cases</i>	10
PONTUAÇÃO MÁXIMA TOTAL (I + II)	100

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

a) das funções e do papel do SESI/SENAI AP nos contextos social, político e econômico: máximo de 2 (dois) pontos.

b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do SESI/SENAI AP com o seu público: máximo de 2 (dois) pontos.

c) da natureza e da extensão do objeto da licitação: máximo de 2 (dois) pontos.

d) do problema específico de comunicação a ser enfrentado pelo SESI/SENAI AP: máximo de 2 (dois) pontos.

e) das necessidades de comunicação do SESI/SENAI AP para enfrentar esse problema de comunicação: máximo de 2 (dois) pontos.

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

a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do SESI/SENAI AP e ao seu problema específico de comunicação: máximo de 5 (cinco) pontos.

b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos: máximo de 5 (cinco) pontos.

c) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação do SESI/SENAI AP: máximo de 5 (cinco) pontos.

d) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: máximo de 5 (cinco) pontos.

e) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o SESI/SENAI AP, o ambiente no qual eles se inserem, seu problema específico de comunicação, seu público, os resultados e metas por eles desejados e a verba disponível: máximo de 5 (cinco) pontos.

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

a) sua adequação ao problema específico de comunicação do Sesi/Senai AP, à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante e à realidade dos segmentos de público-alvo: máximo de 4 (quatro) pontos.

b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: máximo de 4 (quatro) pontos.

c) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta e a originalidade da combinação dos elementos que a constituem: máximo de 4 (quatro) pontos.

d) a exequibilidade da campanha proposta: máximo de 4 (quatro) pontos.

e) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças ou material apresentados: máximo de 4 (quatro) pontos.

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

a) conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos do público prioritário: máximo de 2 (dois) pontos.

b) capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: máximo de 2 (dois) pontos.

c) consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores: máximo de 2 (dois) pontos.

d) economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças: máximo de 2 (dois) pontos.

e) criatividade na proposição de peças de mídia e não mídia: máximo de 2 (dois) pontos.

8.6 - Na avaliação do quesito Capacidade de Atendimento (máximo de 15 pontos), serão verificados os seguintes subquesitos:

a) qualificação dos principais executivos e integrantes das equipes nas áreas de atendimento, planejamento, criação, produção gráfica, mídia e RTVC: máximo de 5 (cinco) pontos.

b) capacidade geral de atendimento revelada pela licitante, considerando o histórico, o perfil da Agência e a estrutura operacional colocada à disposição do Sesi/Senai AP: máximo de 5 (cinco) pontos.

c) experiência de atendimento nos últimos 24 (vinte e quatro) meses: máximo de 5 (cinco) pontos.

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

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

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

- a) capacidade técnica da licitante em detectar e delimitar problemas de comunicação e equacioná-los: máximo de 4 (quatro) pontos.
- b) capacidade de planejar a solução dos problemas: máximo de 3 (três) pontos.
- c) concatenação entre causa e efeito, possibilitando a verificação adequada dos resultados: máximo de 3 (três) pontos.

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

- a) não apresentou atestado: 0 (zero).
- b) apresentou de 1 a 2 atestados: 3 (três) pontos.
- c) apresentou 3 ou mais atestados: 5 (cinco) pontos.

9 – DA PROPOSTA DE PREÇO

9.1 - Percentual de desconto que será concedido aos CONTRATANTES no pagamento dos custos internos de agência, apurado em relação à tabela vigente, caso exista Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Amapá, caso contrário, considerar a tabela vigente do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará – por se tratar de valores mais próximos da realidade local –, à época do julgamento das propostas, ressalvado que **não será aceito percentual de desconto inferior a 50% (cinquenta por cento) em relação aos preços previstos pelo Sindicato.** (60 pontos).

9.2 – Percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato. Ressalvado que **não será aceito superior a 10% (dez por cento).** (20 pontos)

9.3 – Percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965. (20 pontos). Ressalvado que **não será aceito percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento)**. (20 pontos)

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

		do item 3	
		TOTAL DE PONTOS	100

10 – OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

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

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

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

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

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

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

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

10.8 - Atender às determinações da fiscalização da Contratante.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

11 – OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

12 - FISCALIZAÇÃO DOS SERVIÇOS/ GESTOR E FISCAL DO CONTRATO

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

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

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

12.4 - Fica estabelecido como gestora do contrato Natália Monteiro Platon e como fiscal do contrato Érica da Cruz Favacho.

13 - DOS DIREITOS AUTORAIS

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

14 - DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA / FONTES DE RECURSOS

14.1 - Os recursos para atender a presente despesa estão previstos no orçamento constante do exercício de 2020/2021. As despesas serão rateadas entre as unidades Sesi/AP e Senai/AP, conforme abaixo:

- Serviço Nacional da Aprendizagem industrial – SENAI/AP
Unidade: 50.05.01.03 – **Gerência de Comunicação**
CR: 1.02.01.01.03.1 - **Comunicação Institucional SENAI**
- Serviço Social da Indústria – Sesi/AP
- Unidade: 50.05.01.03 – **Gerência de Comunicação**
- CR: 1.02.01.01.03.1 - **Comunicação Institucional Sesi**

15 – PRAZO CONTRATUAL / DA VIGÊNCIA DA CONTRATAÇÃO

15.1 - O contrato terá vigência de 12 (doze) meses, a partir da assinatura do contrato ou até a conclusão do novo processo licitatório.

15.2 – O contrato poderá ser prorrogado de acordo com o interesse das partes, não podendo ultrapassar o limite máximo de 24 (vinte e quatro) meses, de acordo com o Regulamento de Licitações e Contratos do Sesi/Senai.

16 - DO PAGAMENTO E SUAS EXIGÊNCIAS

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

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

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

16.2 - Após a conclusão do objeto contratual, será (serão) realizado(s) o(s) pagamento(s) **até 30 dias após a emissão da Nota Fiscal** e atesto desta, mediante depósito bancário ou pagamento de boleto, em favor da CONTRATADA e devendo a Nota Fiscal ser entregue entre os dias 1 e 23. Após este prazo, se emitida, a mesma deverá ser cancelada sem nenhum custo para a contratante, e somente ser emitida e entregue no exercício do mês seguinte, para que não exceda a competência financeira mensal.

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

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

17 - DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

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

17.1.1 - Advertência;

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

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

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

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

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

18 – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS



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

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

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

18.4 – **O valor estimado de contratação é de R\$ 700.000,00 (Setecentos mil reais).**

Responsável pela elaboração do Termo de Referência: Natália Monteiro Platon.

Macapá-AP, 24 de setembro de 2020.

Natália Monteiro Platon
Gerente de Comunicação Corporativa
DR Sesi/SENAI-AP

Anexo I – Especificação do Serviço

ITEM	DESCRIÇÃO DO SERVIÇO	QUANT.	APRESENTAÇÃO	V.UNITÁRIO	V.TOTAL
1	Agência de publicidade e propaganda para a prestação de serviços de publicidade e propaganda.	1	SERVIÇO	R\$ 700.000,00	R\$ 700.000,00

ANEXO II

BRIEFING

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

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

1- APRESENTAÇÃO DO SESI E DO SENAI AMAPÁ:

1.1 - SERVIÇO SOCIAL DA INDÚSTRIA (SESI)

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

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

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

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

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

- Odontologia: atendimentos odontológicos na Unidade de Operações Sociais do SESI e na Unidade Móvel.

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

- Gestão do Absenteísmo: análise, monitoramento e controle de todos os atestados de saúde do trabalhador. O Programa SESI Gestão do Absenteísmo é formado de cinco serviços de assessoria e consultoria que visam apoiar as indústrias na identificação e solução das questões relacionadas ao absenteísmo e sua gestão, além de identificar soluções adequadas para resolver os seus impactos no desempenho organizacional.
- Gestão da reabilitação: atuação na reabilitação do trabalhador e contribuição para sua reinserção na indústria, proporcionando a este indivíduo uma redução no agravamento da doença e, para a empresa, a amortização dos gastos com planos de saúde e impactos nos índices do Fator Acidentário de Prevenção (FAP).
- Serviços Médicos Ocupacionais: procedimentos ocupacionais de medicina do trabalho, incluindo exames complementares. O SESI oferece para as empresas os serviços de exames ocupacionais, garantindo o bem-estar de seus trabalhadores. Os exames podem ser feitos em horários agendados nas unidades SESI, em unidades móveis do SESI ou até mesmo no interior das empresas, quando estas tiverem uma estrutura física de saúde montada. Os exames oferecidos são: admissionais, periódicos, mudança de função, retorno ao trabalho, demissionais, incluindo exames complementares.
- Programas Legais: suporte para atendimento ao Programa de Prevenção de Riscos Ambientais (PPRA); Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional – PCMSO; Laudo Técnico das Condições do Ambiente de Trabalho – LTCAT; Programa de Condições e Meio Ambiente de Trabalho na Indústria da Construção Civil – PCMAT; Programa de Prevenção de Perdas Auditivas (PPPA); Perfil Profissiográfico Previdenciário – PPP; Laudo de Periculosidade; Laudo de Insalubridade; Higiene Ocupacional; Análise Ergonômica; Implantação de CIPA; e Assessoria de SIPAT.
- Avaliação Nutricional com Bioimpedância: realização e diagnóstico por meio do exame de bioimpedância com orientação nutricional, possibilitando ao paciente direcionar sua conduta referente à recuperação ou manutenção adequada do estado de saúde.
- Consulta Nutricional: realização e diagnóstico por meio do exame de bioimpedância com orientação nutricional, possibilitando ao paciente direcionar sua conduta referente à recuperação ou manutenção adequada do estado de saúde.
- Atividades físicas, esportivas e culturais: oferta de atividades, como: natação, treinamento funcional, hidroginástica, mat pilates, jiu-jítsu, futsal, e ballet.
- Programas: no âmbito da Promoção da Saúde são desenvolvidos os Programas: Ginástica na Empresa, Alimentação Saudável na Indústria, SESI atividade física e esportiva e SESI esporte e competições.
- Eventos: realização de eventos com foco no trabalhador e seus dependentes, como também para promoção de ações de cunho social, também direcionadas à comunidade em geral, como, Corrida e Caminha do SESI, Mostra de Dança, Colônia de Férias, Ação Global, Dia Nacional da Construção Social.
- Locação de unidades móveis e espaços físicos: além de utilizar a estrutura para desenvolvimento de suas atividades, o SESI também disponibiliza para locação suas unidades móveis de audiometria, odontologia, saúde ocupacional, inclusão digital, teatro móvel e alimentação saudável, assim como espaços físicos, como: malocção, quadra poliesportiva, campo de futebol, teatro, anfiteatro, sala de dança, e salas de aula.

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

Educação infantil

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

Ensino Fundamental

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

Ensino médio – Programa de Educação Básica e Educação Profissional (EBEP)

Programa que articula a formação básica do Sesi à formação profissional em parceria com o SENAI. Em três anos de duração o aluno conclui a Educação Básica, recebe preparação completa para o Enem e vestibulares, e além da formação técnica voltada para o mundo do trabalho.

Novo Ensino Médio – Itinerários Formativos

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

Educação de Jovens e Adultos

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

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

Educação Continuada

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

1.2 - SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM INDUSTRIAL - SENAI

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

Criado em 22 de janeiro de 1942, o SENAI é o maior complexo de educação profissional e serviços tecnológicos da América Latina. Realizou mais de 75 milhões de matrículas ao longo de sua história. Atualmente, por meio de 545 unidades fixas e 450 móveis, atende a mais de 2.700 municípios brasileiros. Além de ser referência mundial na qualificação dos trabalhadores, a instituição tem se destacado na oferta de serviços às empresas por meio da sua rede de 26 Institutos de Inovação e de 58 Institutos de Tecnologia. Apenas entre janeiro e novembro de 2018, foram prestados 79.901 serviços técnicos e de inovação.

Além de oferecer educação profissional de qualidade para os brasileiros, o SENAI, em parceria com o Ministério das Relações Exteriores do Brasil, opera centros de treinamento de mão de obra em Cabo



PELO FUTURO DO TRABALHO

Verde, Guiné Bissau, Guatemala, Paraguai e Timor Leste. E está implantando centros de formação profissional em Moçambique, Peru, Jamaica, São Tomé e Príncipe e Haiti.

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

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

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

Qualificação Profissional

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

Iniciação Profissional

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

Aperfeiçoamento

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

Habilitação Técnica

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

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

2 - ESTRUTURA DA GERÊNCIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

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

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

a) Missão:

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

b) Visão:

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

c) Valores:

Transparência

Tempestividade

Consciência Ética

Sentimento de Pertencimento

Respeito

Produtividade

Aprendizado Constante

4 – PROBLEMÁTICA:

- Firmar a marca Sesi SAÚDE no mercado;
- Vender os serviços do Sesi SAÚDE para empresas e público em geral (aumentar as vendas);
- Fazer com o que Sesi/AP seja reconhecido como provedor de soluções em saúde complementar.

4.1 Mensagem a ser comunicada

Fazer com que o Sesi AMAPÁ seja reconhecido como uma instituição que promove soluções em saúde no estado, fazendo com que o público em geral procure os serviços da entidade, tanto empresas quanto pessoa física.

A mensagem precisa ser muito clara e objetiva, é necessário fazer com que o público entenda que os serviços de saúde complementar do Sesi/AP podem ser utilizados por toda e qualquer pessoa que possa pagar por eles. Apesar de ter como missão e público prioritário os trabalhadores da indústria, estes já são contemplados no perfil apresentado, o potencial de atendimento do Sesi/AP vai muito além do que é necessário para atender a toda a cadeia industrial regional, o que gera ociosidade de recursos físicos e humanos. Para que seja mantida toda a estrutura física e equipe profissional é imprescindível aumentar, consideravelmente, o volume de atendimentos e, conseqüentemente, de receita.

O público precisa compreender que os serviços de saúde complementar do Sesi/AP estão disponíveis para toda e qualquer pessoa que deseje consumi-los, que possuem um ótimo custo-benefício e que são acessíveis.

Período da Campanha

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

Praça para Veiculação

Todo o Estado do Amapá

Orçamento para Campanha

O orçamento total da campanha incluindo criação, produção, e veiculação é de R\$ 100.000,00 (cem mil reais).

ANEXO III - TABELA DO SINAPRO/PA

(Anexa portal transparência – aba Licitações e Editais)

ANEXO IV - MODELO CARTA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

Local e data

À

COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO SESI/AP e SENAI/AP

Ref.: Concorrência Nº 23/2020

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

(DESCREVER OS DOCUMENTOS)

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

LICITANTE

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

Observação: emitir em papel que identifique a entidade expedidora

V- MODELO CARTA DE APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

Local e data

À

COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO SESI/AP e SENAI/AP

Ref.: Concorrência Nº XX/XXXX

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

(DESCREVER OS DOCUMENTOS)

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

LICITANTE

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

ANEXO VI- MODELO DE PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO

À
COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO
SESI/SENAI-DRAP

Ref.: Lic. Nº XXX/2020 – Concorrência.

OBJETO: Prestação de serviços de publicidade e propaganda

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

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

Assinatura do Representante Legal

PROCESSO LICITATÓRIO

Lic. CONCORRÊNCIA 23/2020

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

a) Que recebeu e estudou todos os documentos inerentes à presente competição e tomado conhecimento integral do teor do Edital de licitação supracitado, sujeitando-se às disposições nele contidas;

b) Que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e que não emprega menores de 16 (dezesseis) anos, salvo se na condição de aprendiz, a partir dos 14(quatorze) anos;

c) Que não foi declarada inidônea para licitar ou contratar com o SESI/SENAI-DR/AP e suas Entidades, bem como comunicará qualquer fato ou evento superveniente quanto à habilitação ao certame supra, especificamente à Qualificação Técnica, Regularidade Fiscal, Capacidade Jurídica e Situação Econômico-Financeira;

d) Que na composição societária não existe participação de dirigentes ou empregados do SESI/AP;

e) Que o Ato Constitutivo apresentado é o vigente;

f) Que concorda e submete-se a todas e cada uma das condições impostas pelo referido Edital.

Atenciosamente,

Data/ nome e assinatura do responsável legal da empresa

ANEXO VIII - MINUTA DE CONTRATO

CONTRATO Nº xxx/2020 – SESI/SENAI-DR/AP

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

Processo Nº xxxxx/2020

O **SERVIÇO SOCIAL DA INDÚSTRIA – SESI-DR/AP**, inscrito no CNPJ nº 03.775.620/0001-90 e o **SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM INDUSTRIAL – SENAI-DR/AP**, inscrito no CNPJ nº 03.775.690/0001-49, ambas pessoas jurídicas de direito privado, com sede na Av. Padre Júlio Maria Lombaerd, 2000, Bairro Santa Rita, nesta cidade de Macapá, Estado do Amapá, neste ato representados por sua Superintendente Corporativa, Sra. xxxxxxxxx, portadora da Carteira de Identidade RG nº xxxxxxxxxxxx, CPF nº xxxxxxxxxxxx, no uso de suas atribuições conferidas, a seguir designados simplesmente **CONTRATANTES** e, de outro lado, a empresa **XXXXXXX**, inscrita no CNPJ nº XXXXXXXXXX, estabelecida na Rua XXXXXXXXXX, nº XXXXXXXXXX, Bairro XXXXXXXXXX, CEP: XXXXXXXX, Cidade XXXXX/XXX, telefone: (XX) XXXXX, Banco XXXXXXXXXX, Agência Nº XXXXXXXXXX, Conta Corrente Nº XXXXXXXX, neste ato representado legalmente por seu XXXX, Sr. XXXXXXXXXX, portadora da Carteira de Identidade nº XXXXXXXX, CPF nº XXXXXXXXXX, daqui por diante designada **CONTRATADA**, tem, entre si, justo e avençado e celebram, de conformidade com o disposto no Regulamento de Licitações e Contratos do SESI e do SENAI, consoante as seguintes cláusulas:

CLÁUSULA PRIMEIRA - ORIGEM DO CONTRATO

- 1.1. Este Contrato decorre da licitação na modalidade CONCORRÊNCIA, cujo julgamento foi regularmente homologado pela Superintendente Corporativa, conforme constante no Processo.
- 1.2. Este instrumento guarda inteira conformidade com os termos da **CONCORRÊNCIA Nº 23/2020 – SESI/SENAI-DR/AP e seus Anexos**, do qual é **parte integrante e complementar (TRANSCRITOS OU NÃO) do presente contrato**, vinculando-se, ainda à proposta da CONTRATADA e **demais documentos anexados ao Processo**.

CLÁUSULA SEGUNDA - OBJETO CONTRATUAL

- 2.1. O presente contrato trata da Contratação de empresa especializada na prestação de serviços de agência de publicidade e propaganda, realizados integralmente, com abrangência estadual e regional, para os Departamentos Regionais do SESI-SENAI/AP.

CLÁUSULA TERCEIRA - CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

- 3.1. A CONTRATADA realizará:
 - 3.1.1. Elaboração, criação, execução, distribuição e controle de veiculação de peças gráficas, peças eletrônicas e campanhas publicitárias institucionais ou mercadológicas para os produtos, serviços e eventos internos e externos dos CONTRATANTES;
 - 3.1.2. Elaboração e desenvolvimento de marcas, expressões de propaganda, logotipos e de outros elementos de programação visual com o assessoramento permanente para registro respectivo em favor dos CONTRATANTES;
 - 3.1.3. Elaboração e desenvolvimento de campanhas de Endomarketing;
 - 3.1.4. Elaboração e desenvolvimento de campanhas de marketing de guerrilha;
 - 3.1.5. Apoio no planejamento e na execução de ações de organização e promoção de eventos;
 - 3.1.6. Serviços de editoração para trabalhos específicos da Gerencia de Comunicação Corporativa, tais como: jornais, folders, informativos, periódicos, convites e panfletos;
 - 3.1.7. Desenvolver estratégias e ações de marketing promocional, de relacionamento, digital e em redes sociais;

3.2. Os serviços serão executados pela CONTRATADA com o fornecimento de toda mão de obra, material e equipamento necessários, sendo permitida a contratação de fornecedores de bens e serviços auxiliares da propaganda, necessários ao cumprimento do objeto contratual, desde que previamente submetido à anuência da Gerência de Comunicação Corporativa;

3.2.1. Na hipótese acima, a CONTRATADA será responsável pela administração dos suprimentos de bens e serviços de terceiros, fornecedores e pela integral execução dos serviços de sua competência, arcando integralmente com os encargos de qualquer natureza deste, decorrentes;

3.3. Os originais dos materiais desenvolvidos para a execução dos serviços (arte, fotolito, VT, e filmes) ficarão sob a guarda dos CONTRATANTES, que poderão, a seu critério, requisitar cópias mediante fornecimento dos originais a CONTRATADA, quando necessitar para fins de utilização devida;

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

3.5. Não haverá pagamento de tributos e outros encargos por parte dos CONTRATANTES;

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

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

CLÁUSULA QUARTA – DAS OBRIGAÇÕES DAS PARTES

4.1. Constituem obrigações da CONTRATADA:

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

4.1.2. Responsabilizar-se pelos danos causados aos CONTRATANTES ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo na execução do Contrato;

4.1.3. Responsabilizar-se por quaisquer acidentes ou danos de que possam ser vítimas seus empregados e prepostos, quando nas dependências dos CONTRATANTES, ou em qualquer outro local onde estejam prestando os serviços, objeto contratual, devendo adotar as providências que, a respeito, exigir a legislação em vigor;

4.1.4. Solucionar todos os eventuais problemas pertinentes ou relacionados com a execução dos serviços objeto do Contrato, sem ônus adicionais para os CONTRATANTES;

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

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

4.1.7. Manter entendimento com os CONTRATANTES, objetivando evitar interrupções ou paralisações na execução dos serviços;

4.1.8. Atender às determinações da fiscalização dos CONTRATANTES;

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

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

4.1.11. Apresentar, quando solicitado, pelos CONTRATANTES, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

4.1.12. Responder, perante os CONTRATANTES e terceiros, por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de sua omissão, na condição dos serviços de sua responsabilidade, ou por erro seu na execução dos serviços;

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

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

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

4.1.16. Obter aprovação prévia dos CONTRATANTES, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este instrumento;

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

4.2. Constituem obrigações dos CONTRATANTES:

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

4.2.2. Assegurar os recursos orçamentários e financeiros para custear o contrato;

4.2.3. Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;

4.2.4. Notificar, formal e tempestivamente a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento do Contrato;

4.2.5. Acompanhar e solicitar, sempre que achar necessário, relatório prévio das atividades realizadas;

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

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

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

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

4.2.10. Efetuar o pagamento à CONTRATADA, no máximo, em 30 (dias) dias úteis após o "atesto" definitivo na Nota Fiscal pelo Fiscal do Contrato, de acordo com as condições de preço e pagamento estabelecidos no contrato.

CLÁUSULA SEXTA - DOS DIREITOS AUTORAIS

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

5.1.1. A CONTRATADA cede aos CONTRATANTES, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste instrumento;

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

5.1.3. Os CONTRATANTES poderão, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do Contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA;

5.1.4. Em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros, a CONTRATADA poderá solicitar de cada contratado, a pedido dos CONTRATANTES, dois orçamentos para execução do serviço, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, quando legalmente possível, para que os CONTRATANTES escolha uma das opções;

5.1.5. Quando os CONTRATANTES optarem pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva, a CONTRATADA comprometerá a fazer constar dos ajustes que vierem a celebrar com terceiros – para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços;

5.1.5.1. Cláusulas escritas que:

- a) Explicitem a cessão total e definitiva, por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos.
- b) Estabeleçam que a Contratante poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do Contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.
- 5.1.6. Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão – definitiva ou por tempo limitado – será sempre considerada como já incluída no custo de produção. Em relação a terceiros fornecedores, deverá ser objeto de prévio orçamento;
- 5.1.7. A CONTRATADA se compromete a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) de arte(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos;
- 5.1.8. A critério dos CONTRATANTES, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas no DR/AP – SESI-SENAI ou por quaisquer dos seus parceiros, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA;
- 5.1.9. A CONTRATADA entregará aos CONTRATANTES todos os materiais e produtos adquiridos em decorrência do presente objeto, com as licenças correspondentes devidamente certificadas com os documentos pertinentes e obrigatórios, cedendo ainda os direitos autorais, marcas e patentes a eles vinculados, de forma que os CONTRATANTES possa deles usar e dispor para todos os seus fins na forma do Contrato e na proposta da CONTRATADA, independente de qualquer remuneração especial ou adicional àquela ajustada neste instrumento;
- 5.10. A CONTRATADA deverá apresentar aos CONTRATANTES os contratos e quitações relativas a todos os direitos autorais e de imagem, de direito de uso de voz e o que mais for utilizado na elaboração da publicidade;
- 5.11. A CONTRATADA deverá ceder aos CONTRATANTES todos os direitos autorais da agência, de forma que este possa continuar utilizando o material criado sem entrave, se assim desejar, inclusive providenciando a respectiva impressão, em caso de material escrito ou novas edições, o que for cabível.

CLÁUSULA SEXTA – DA VIGÊNCIA, ALTERAÇÃO E DA RESCISÃO.

- 6.1. A vigência do presente contrato será de 12 (doze) meses, contados a partir da sua assinatura, podendo ser prorrogado mediante acordo entre as Partes, por meio de termo(s) aditivo(s), não podendo ultrapassar o limite estabelecido no Parágrafo Único do Art. 26 do RLC do SESI e do SENAI;
- 6.2. O presente contrato poderá ser alterado, mediante Termo Aditivo, desde que haja concordância das partes;
- 6.3. O presente Contrato poderá ser resiliado por qualquer uma das partes, a qualquer tempo, mediante comunicação formal prévia, por escrito, com antecedência mínima de 30 (trinta) dias, respeitadas as obrigações exigíveis até a data da rescisão do contrato;
- 6.4. A inexecução total ou parcial do contrato poderá ensejar a rescisão contratual, com as consequências contratuais e as previstas na lei.
- 6.5. Os CONTRATANTES podem, ainda, considerar rescindido o Contrato, de pleno direito, independentemente de aviso, interpelação ou notificação judicial ou extrajudicial, sem que, por isso, seja obrigado a pagamento de indenização, multa ou ônus de qualquer natureza, se a CONTRATADA:
- 6.5.1. Descumprir, total ou parcial, quaisquer das obrigações/responsabilidades previstas neste instrumento;
- 6.5.2. O cometimento reiterado de faltas ou defeitos na execução dos serviços contratados;
- 6.5.3. A dissolução da sociedade ou liquidação da CONTRATADA;
- 6.5.4. A alteração societária, do objeto social ou modificação da finalidade ou da estrutura da empresa que, a juízo dos CONTRATANTES, prejudique a execução o contrato;
- 6.5.5. O atraso injustificado no início da prestação dos serviços;
- 6.5.6. A paralisação dos serviços sem justa causa e prévia comunicação os CONTRATANTES;
- 6.5.7. Outras causas relacionadas neste contrato e seus anexos, que indiquem conduta desabonadora da CONTRATADA.
- 6.5.8. Demonstrar incapacidade técnica ou inidoneidade;
- 6.5.9. Incidir em recuperação judicial ou extrajudicial;
- 6.5.10. Tiver decretada sua falência, dissolver-se ou extinguir-se;
- 6.5.11. Infringir qualquer outra disposição do contrato;
- 6.6. A rescisão do Contrato provocada pela CONTRATADA, mediante comprovação de condutas previstas, implicará de pleno direito à *cobrança pelos CONTRATANTES de multa de 10% (dez por cento) do valor global deste Contrato.*

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

CLÁUSULA SÉTIMA - DA DOTAÇÃO ORÇAMENTARIA

7.1. Os recursos para atender a presente despesa estão previstos no orçamento constante do exercício de 2020/2021. As despesas serão custeadas entre as unidades Sesi/SENAI-DR/AP, conforme abaixo:

- Serviço Nacional da Aprendizagem industrial – SENAI/AP
Unidade: 50.05.01.03 – Gerência de Comunicação
CR: 1.02.01.01.03.1 - Comunicação Institucional SENAI

- Serviço Social da Indústria – Sesi/AP
Unidade: 50.05.01.03 – Gerência de Comunicação
CR: 1.02.01.01.03.1 - Comunicação Institucional Sesi

CLÁUSULA OITAVA – DO VALOR PARA A CONTRATAÇÃO

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

CLÁUSULA NONA - DO PAGAMENTO E SUAS EXIGÊNCIAS

9.1. Após a execução do objeto contratual, devidamente aprovado pelos CONTRATANTES, os pagamentos serão realizados em até 30 dias após a emissão da NF e atesto desta, mediante depósito bancário no Banco indicado e em favor da CONTRATADA e devendo a Nota Fiscal ser entregue entre os dias 1 e 23. Após este prazo, deverá a NF somente ser emitida no exercício do mês seguinte para que não exceda a competência;

9.1.1. É condição para pagamento a apresentação de nota fiscal/fatura detalhada da execução do objeto deste Contrato;

9.1.1.1. As Certidões Negativas de Regularidade Fiscal do FGTS e INSS serão condição de pagamento, quando solicitadas pelos CONTRATANTES, a qualquer tempo;

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

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

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

9.2.3. **Outros serviços de terceiros:** mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança e respectivos comprovantes, nos vencimentos previamente ajustados com os CONTRATANTES, aplicado o desconto a ser concedido sobre os custos de outros serviços incumbidos a terceiros/fornecedores, sob supervisão da CONTRATADA;

9.2.3.1. Todos os pagamentos a terceiros por serviços prestados, incluídos os de veiculação, serão efetuados, pela Contratada, nos prazos e condições previamente aprovados pelos CONTRATANTES e expressos pelos fornecedores em seus documentos fiscais.

9.3. A CONTRATADA poderá apresentar a apresentar a qualquer tempo, junto à nota fiscal, a comprovação de suas adimplências com a Seguridade Social (Certidão Negativa de Débito - CND), com o FGTS (Certificado de Regularidade do FGTS), bem como a regularidade de impostos e taxas que porventura incidam sobre o objeto contratado, mantendo as condições de habilitação, bem como Certidão conjunta de débitos relativos aos tributos federais e a dívida ativa da União, expedida pela Receita Federal do Brasil e Certidão da Prefeitura, declarando a regularidade no recolhimento do ISSQN;

9.4. Quando solicitadas as Certidões Negativas de Regularidade Fiscal do FGTS e INSS ou quaisquer outra e estas não forem apresentadas, a CONTRATADA será notificada e no próximo pagamento, a não apresentação implicará em rescisão contratual por descumprimento de condição contratual;

- 9.5. Caso a nota fiscal/fatura seja devolvida por inexatidão, o novo prazo será contado a partir da sua reapresentação e novo “atesto”;
- 9.6. A devolução da nota fiscal/fatura não aprovada, em hipótese alguma servirá de pretexto para que a CONTRATADA suspenda a prestação dos serviços;
- 9.7. A CONTRATADA indicará na nota fiscal/fatura o nome do Banco e o número da agência e da conta corrente para efetivação do pagamento;
- 9.8. Havendo erro na nota fiscal/fatura ou outra circunstância que desaprove a liquidação da despesa, o pagamento será susinado até que a CONTRATADA providencie as medidas saneadoras necessárias, não ocorrendo, neste caso, quaisquer ônus para os CONTRATANTES;
- 9.9. Nenhum pagamento será efetuado enquanto pendente de liquidação qualquer obrigação financeira que lhe for imposta, em virtude de penalidade ou inadimplência, sem que isso gere direito a reajustamento de preços;
- 9.10. A atualização financeira prevista no item anterior será incluída na fatura correspondente a ocorrência;
- 9.11. A mora na apresentação das certidões ou documentos pertinentes ou a reiterada procrastinação em apresentá-los é causa de rescisão do contrato;
- 9.12. Não haverá, sobre hipótese alguma, pagamento antecipado.

CLÁUSULA DÉCIMA - DO ACOMPANHAMENTO E FISCALIZAÇÃO

- 10.1. A gestão e fiscalização do contrato será exercida pelo setor denominado Gerência de Comunicação dos CONTRATANTES, o qual competirá dirimir as dúvidas que surgirem no curso da prestação do serviço e de tudo dará ciência aos CONTRATANTES, para a fiel execução contratual durante a sua vigência.
- 10.1.1. O colaborador designada para a finalidade da fiscalização registrará qualquer ocorrência e deficiências identificadas e encaminhará relatório à CONTRATADA, objetivando a imediata correção das irregularidades apontadas.
- 10.2. A execução dos serviços será objeto de acompanhamento, controle, fiscalização e avaliação pela Fiscal do Contrato, devidamente indicado no Contrato, devendo apurar e assentar em registro próprio todas as ocorrências relacionadas com o Contrato que exijam medidas corretivas por parte da CONTRATADA.
- 10.3. As decisões e providências que ultrapassarem a competência da Fiscal do Contrato deverão ser solicitadas ao seu gestor, em tempo hábil para adoção das medidas convenientes;
- 10.4. Da mesma forma, a CONTRATADA deverá indicar um Preposto para representá-la na execução do Contrato;
- 10.5. Os CONTRATANTES se reservam o direito de rejeitar no todo ou em parte o objeto da presente contratação, se em desacordo com a especificação deste Contrato e da Proposta de Preços da CONTRATADA;
- 10.6. Quaisquer exigências da fiscalização, inerentes ao objeto do Contrato, deverão se prontamente atendidas pela Contratada, sem ônus aos CONTRATANTES.
- 10.7. Monitorar a execução do Contrato e exigir a qualidade efetiva dos serviços contratados, além de conferir a compatibilidade das Notas Fiscais/Faturas e documentação exigível para pagamento.
- 10.8. A fiscalização será exercida no interesse da Administração e não exclui nem reduz a responsabilidade da CONTRATADA, inclusive perante terceiros, por quaisquer irregularidades, danos, e, na sua ocorrência, não implica corresponsabilidade do Poder Público ou de seus agentes e prepostos;

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

- 11.1. No caso de atraso injustificado ou pela inexecução total ou parcial do compromisso assumido, as Sanções Administrativas aplicadas a CONTRATADA:
- 11.1.1. Advertência;
- 11.1.2. Multa;
- 11.1.2.1. Multas que poderão ser recolhidas em qualquer agência do Banco do Brasil S/A, por meio de Documento a ser preenchido de acordo com instruções fornecidas pela Contratante, no prazo de 10 (dez) dias contados do recebimento da notificação:
- a) 0,5% ao dia sobre o valor adjudicado em caso de atraso na execução dos serviços, limitada a incidência de 15 dias. Após o décimo quinto dia e a critério da Administração, no caso de execução com atraso, poderá ocorrer a não aceitação do objeto, de forma a configurar, nessa hipótese, inexecução total da obrigação assumida, sem prejuízo da rescisão unilateral da avença;
- b) 20% sobre o valor adjudicado, em caso de atraso na execução do objeto, por período superior ao previsto na alínea “a”, ou de inexecução parcial da obrigação assumida;

- c) 30% sobre o valor adjudicado, em caso de inexecução total da obrigação assumida;
- 11.1.3. Suspensão temporária de participar de licitações e impedimento de contratar com os CONTRATANTES;
- 11.2. O atraso injustificado no prazo de fornecimento implicará multa correspondente a 0,33% (zero vírgula trinta e três por cento) por dia de atraso calculado sobre o valor total do pedido Do serviço correspondente, até o máximo de 10% (dez por cento) sobre o valor total contratado;
- 11.3. Nesta hipótese, o atraso injustificado por período superior a 30 (trinta) dias caracterizará o descumprimento total da obrigação, punível com as sanções previstas nesta cláusula, como também a inexecução total do contrato;
- 11.4. A recusa injustificada em assinar o termo de compromisso ou retirar o instrumento equivalente, dentro do prazo fixado, caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida e poderá acarretar as seguintes penalidades:
- 11.4.1. Perda do direito a contratação;
- 11.4.2. Perda da caução em dinheiro ou execução das demais garantias de propostas oferecidas, sem prejuízo de outras penalidades previstas neste contrato;
- 11.4.3. Suspensão do direito de licitar ou contratar com os CONTRATANTES por prazo não superior a 02 (dois) anos;
- 11.5. As multas a que se referem os itens acima serão descontadas dos pagamentos devidos pelos CONTRATANTES ou cobradas diretamente da empresa, amigável ou judicialmente, e poderão ser aplicadas cumulativamente com as demais sanções previstas neste tópico;
- 11.6. Os prazos de adimplemento das obrigações Contratadas admitem prorrogação nos casos e condições especificados no Regulamento de Licitações do SESI e do SENAI, devendo a solicitação dilatória, sempre por escrito, fundamentada e instruída com os documentos necessários à comprovação das alegações, ser recebida contemporaneamente ao fato que ensejá-la, sendo considerados injustificados os atrasos não precedidos da competente prorrogação;
- 11.7. A aplicação das penalidades será precedida da concessão da oportunidade de ampla defesa por parte do adjudicatário, na forma da lei, no prazo de 05 (cinco) dias úteis contados da notificação.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

- 12.1. Apenas os casos de incorreções que apresentem vícios de ilegalidade ensejarão a rescisão do contrato;
- 12.2. Nenhuma modificação poderá ser feita na prestação dos serviços e nas especificações sem autorização expressa da Fiscalização;
- 12.3. O representante da Fiscalização, bem como toda pessoa autorizada por ela, terá livre acesso aos serviços e a todos os locais em que estejam sendo realizados os trabalhos.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - FORO

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

E, por estarem justas e acertadas, as partes assinam o presente contrato, em 03 (três) vias de igual teor e forma, para que produzam seus regulares efeitos, na presença de 02 (duas) testemunhas.

Macapá, XX de XXX de 2020.

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
CONTRATANTES

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
CONTRATADA

Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Gestor do contrato

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
Fiscal do contrato



TESTEMUNHAS:

1. _____

Nome e CPF:

2. _____

Nome e CPF: