EDITAL DE LICITAÇÃO COMPARTILHADA Nº 001/2021
CONCORRÊNCIA COMPARTILHADA Nº 001/2021
SESC-AR/RN E SENAC-AR/RN
Tipo Técnica e Preço

As Administrações Regionais do Serviço Social do Comércio – Sesc-AR/RN e do Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial – Senac-AR/RN, ambas no Estado do Rio Grande do Norte, entidades de direito privado, sem fins lucrativos, tornam público aos interessados que estarão reunidos no dia, hora e local abaixo discriminados, a fim de receber, abrir e examinar documentação e propostas das empresas que pretendam participar da licitação, na modalidade **CONCORRÊNCIA**, em regime de execução indireta, do tipo **TÉCNICA E PREÇO**, regida pelas Resoluções Sesc nº 1.252, de 6/6/2012, publicada no D.O.U. de 26/7/2012, e Senac nº 958/2012, de 18/9/2012, publicada no D.O.U. de 26/9/2012, Lei nº 12.232/2010, mediante aplicação de forma complementar da Lei Federal nº 4.680/1965, pela legislação correlata e disposições deste instrumento convocatório e de seus anexos.

Sites para consultas: www.rn.senac.br e www.sescrn.com.br

Os envelopes contendo os Documentos de Habilitação e as Propostas Comerciais e/ou Técnicas deverão ser entregues à Comissão de Licitação, reunida em sessão pública no local, data e horário abaixo definido:

LOCAL DA ABERTURA: Sede do Senac-AR/RN, localizada na Av. Mal. Floriano Peixoto, nº 295, Tirol, Natal/RN, CEP 59020-500.

DATA DA ABERTURA: 03 DE SETEMBRO DE 2021 ÀS 09 HORAS E 00 MINUTOS – HORÁRIO LOCAL.

1. OBJETO.

1.1 O objeto da presente concorrência é a prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de bens ou serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar os públicos-alvo do Sesc e Senac, no Estado do Rio Grande do Norte.

1.2 Também integram o objeto desta Concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas relativos a execução do contrato;

b) à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

c) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

1.3 As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea *a* do item 1.2 terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Sesc e Senac, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;

c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

1.4 É vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade.

1.5 Os contratos de serviços de publicidade terão por objeto somente as atividades previstas nos itens 1.1 e 1.2, vedadas a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial, as de assessoria de imprensa, patrocínio, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação em vigor.

a) Não se inclui no conceito de patrocínio mencionado no item precedente o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de comunicação.

1.6 Para a prestação dos serviços será contratada uma agência de propaganda, doravante denominada agência, licitante ou contratada.

1.7 Os serviços de publicidade previstos neste Edital serão contratados em agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento.

a) O certificado de qualificação técnica de funcionamento previsto no item 1.7 poderá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas Padrão – CENP, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

b) A agência contratada nos termos deste Edital só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e por ordem do Sesc e/ou Senac, se previamente os identificar e tiver sido por eles expressamente autorizada.

2. VALOR ESTIMADO DA CONTRATAÇÃO.

2.1 O valor estimado para a contratação do objeto desta licitação é de **R$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais)** anual, sendo **R$ 1.000.000,00 (um milhão de reais)** relativo ao Sesc e **R$ 1.000.000,00 (um milhão de reais)** relativo ao Senac.

2.2 O valor descrito no item acima poderá ser revisto, nos casos de alteração na política econômica e/ou de revisão no orçamento do Sesc ou Senac.

2.3 A estimativa de **R$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais)** constitui-se mera previsão anual, não estando as Entidades obrigadas a realizá-la em sua totalidade e não cabendo à Contratada o direito de pleitear qualquer tipo de reparação em caso de não utilização de qualquer dos valores.

3. RETIRADA DO EDITAL.

3.1 O presente Edital e seus anexos poderão ser obtidos junto a Comissão de Licitação, na sede da Administração Regional do Senac, sito na Av. Mal. Floriano Peixoto, nº 295, Tirol, Natal/RN, CEP 59020-500, das 9h às 17h ou via e-mail: cpl@rn.senac.br, até 24 (vinte e quatro) horas antes da data estipulada para sessão de abertura do certame.

4. ESCLARECIMENTOS AO INSTRUMENTO CONVOCATÓRIO.

4.1 Até **5 (cinco) dias úteis** anteriores à data fixada para recebimento dos envelopes (considerando-se horas e dias úteis das 08h às 17h, de segunda-feira a sexta-feira) qualquer pessoa poderá solicitar esclarecimentos ao instrumento convocatório da presente Concorrência através de correspondência endereçada à Comissão de Licitação ou e-mail.

4.1.1 **Serão reconhecidos como licitantes àqueles que retiraram formalmente o Edital.**

4.2 Os pedidos de esclarecimentos referentes ao presente procedimento deverão ser enviados por escrito, via e-mail: cpl@rn.senac.br, correios ou entregues pessoalmente à Comissão de Licitação, localizada na Av. Mal. Floriano Peixoto, nº 295, Tirol, Natal/RN, CEP 59020-500.

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

4.3 Caberá à Comissão de Licitação do Senac, auxiliado pelo setor responsável pela elaboração do Edital e pela Área Técnica, decidir sobre a petição no prazo de **até 3 (três) dias úteis**, contado de seu protocolo e recebimento (considerando-se horas e dias úteis das 08h às 17h, de segunda-feira a sexta-feira).

4.4 Acolhida a petição contra o ato convocatório, constatando-se que as alterações afetarão a formulação das propostas, será designada nova data para a realização do certame, mediante comunicação no site http://www.rn.senac.br/licitacoes.

4.5 A Comissão de Licitação dará conhecimento das perguntas e respostas às demais licitantes que retiraram o Edital, sem informar a identidade da licitante consulente e de seu representante, mediante divulgação no http://www.rn.senac.br/licitacoes e/ou via e-mail.

a) Às licitantes interessadas, cabe acessar assiduamente o site relacionado no item 4.5 e/ou email para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizadas sobre esclarecimentos referentes a este Edital.

b) A Comissão de Licitação não se responsabilizará em responder qualquer solicitação de esclarecimentos fora do prazo estipulado no item 4.1.

4.6 Não sendo formulados esclarecimentos e/ou informações, até a data estabelecida para o recebimento e abertura dos envelopes, pressupõe-se que todos os elementos fornecidos são suficientemente claros e precisos para permitir a perfeita apresentação da Proposta de Preços e/ou Proposta Técnica e dos Documentos de Habilitação, não cabendo, portanto, às licitantes o direito de qualquer reclamação posterior, tal como alegações de desconhecimento e/ou dúvidas sobre detalhamentos durante a execução dos serviços, implicando isto na plena aceitação, pelos interessados, das condições estabelecidas neste Edital.

4.7 As questões formuladas, bem como os seus esclarecimentos, passarão a integrar o presente Edital, independentemente de sua transcrição. Petições apresentadas fora do prazo serão desconsideradas.

5. RECEBIMENTO E ABERTURA DOS ENVELOPES.

5.1 Às **09h00min** do dia **03 de setembro de 2021**, na Administração Regional do Senac/RN, situado na Av. Mal. Floriano Peixoto, nº 295, Tirol, Natal/RN, CEP 59020-500, Natal/RN (horário de Natal/RN).

5.2 A abertura dos invólucros e demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital.

6. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO.

6.1 Poderá participar desta Concorrência a agência de publicidade que atender as condições deste Edital e apresentar os documentos nele exigidos.

6.2 Não poderá participar desta concorrência a agência que:

a) estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com o Sesc e/ou Senac;

b) cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação, desde que haja plena comprovação da aprovação e homologação do plano de recuperação, mediante apresentação de cópia da decisão judicial respectiva ou desde que amparada em certidão emitida pela instância judicial competente, que certifique que a interessada está apta econômica e financeiramente a participar de procedimento licitatório;

c) estrangeiras que não funcionem no país;

d) que estiver reunida em consórcio.

6.3 Nenhuma licitante poderá participar desta concorrência com mais de uma Proposta.

6.4 A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão de Licitação o invólucro padronizado previsto no subitem 9.1.1 do Edital e as informações necessárias ao cumprimento desta Concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus anexos; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

6.5 A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas e Documentos de Habilitação exigidos nesta Concorrência, ressalvado que o Sesc ou Senac não serão, em nenhum caso, responsáveis por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

6.6 Caso a empresa licitante se enquadre como Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte, e se verifique em face da presente licitação a ocorrência de condições impeditivas e/ou vedações para o seu enquadramento como tal, em especial os previstos nos artigos 17 e § 4º do art. 3º da Lei Complementar nº. 123, de 14 de dezembro de 2006, a mesma deverá considerar em sua proposta as condições tributárias oriundas de seu desenquadramento, com vistas a celebração do Contrato.

6.7 Não serão aceitos pedidos de reequilíbrio econômico-financeiro do Contrato fundamentados na alteração de regime tributário, decorrente de mudança de enquadramento, devendo o Contratado arcar com eventuais custos inerentes a esta alteração.

6.8 Serão aplicadas uma das sanções previstas neste Edital e seus anexos à(s) microempresa(s) e empresa(s) de pequeno porte que utilizar (em) falsamente do tratamento diferenciado previsto na Lei Complementar n° 123/2006, tanto na licitação como na execução do Contrato, sem prejuízo do encaminhamento de representação ao Ministério Público para apuração de eventual prática de crime.

6.9 A empresa que fizer falsamente as declarações mencionadas para participação nesta Licitação incorrerá no crime de falsidade ideológica e estará sujeita às penas previstas no art. 299 do Código Penal, sem prejuízo das demais sanções penais, civis e administrativas cabíveis.

7. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES.

7.1 Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão de Licitação o documento que o credencia, juntamente com seu documento de identidade, no ato programado para a entrega dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.

a) **Tratando-se de representante legal da empresa**, o estatuto social, contrato social ou outro instrumento de registro comercial, registrados na junta Comercial ou, tratando-se de sociedades civis, o ato constitutivo registrado no Cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no qual estejam expressos seus poderes para exercer direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura, **os quais deverão estar autenticados**;

b) **Tratando-se de procurador**, a procuração por instrumento público ou particular, da qual constem poderes específicos para formular lances, negociar preço, firmar declarações, interpor recursos e desistir de sua interposição e praticar todos os demais atos pertinentes ao presente certame, conforme modelo de credenciamento **(Anexo III)**, **devendo o instrumento particular possuir firma reconhecida**, exceto se os poderes forem outorgados a Advogado (a), acompanhada do correspondente documento, dentre os indicados no item anterior, que comprove os poderes do mandatário para a outorga;

c) O representante legal da empresa e o procurador deverão identificar-se, **exibindo** documento oficial quer contenha foto.

7.2 A ausência do documento hábil de representação não impedirá o representante de participar da licitação, mas ele ficará impedido de praticar qualquer ato durante o procedimento licitatório.

7.3 A documentação apresentada na primeira sessão de recepção e abertura das Propostas Técnica e de Preços credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de sua substituição no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

7.4 Será admitido apenas um representante para cada licitante credenciada e cada um deles poderá representar apenas uma credenciada.

7.5 A não apresentação ou incorreção dos documentos de credenciamento acarretará o não reconhecimento do representante da licitante, ficando o mesmo impedido de atuar nos procedimentos do presente certame, embora não seja negado à empresa o direito de participar da licitação.

7.6 As **microempresas e empresas de pequeno porte** que se encontrarem nas condições de usufruir dos benefícios da Lei Complementar nº 123/2006 deverão apresentar a Declaração constante do **Anexo VIII, Documento 3**, juntamente com os documentos relativos ao credenciamento.

7.7 Na ausência da Declaração e para fins de comprovação da condição de microempresa ou empresa de pequeno porte, será aceito o documento de constituição da empresa quando o mesmo informar a referida condição ou, ainda, declaração preenchida de próprio punho, elaborada e assinada pelo representante legal ou o procurador presente na sessão.

8. SESSÃO DE ABERTURA.

8.1 Encerrada a fase de credenciamento, será iniciada a entrega dos envelopes contendo propostas comerciais, propostas técnicas e documentos de habilitação, que estarão fechados e separados, conforme especificações contidas neste instrumento.

8.2 Caso algum licitante, por qualquer motivo, esteja impossibilitado de fazer a entrega presencial dos envelopes através de seus empregados ou representante credenciado ou por meio de mensageiro, poderá fazê-la via Correios, com registro, devendo, nesta situação, chegarem ao destino até o dia, horário e local, fixados no preâmbulo deste ato convocatório.

8.3 A Comissão de Licitação não se responsabilizará por envelopes que não constem o endereçamento correto à Comissão e que, por isso, sejam destinados e/ou entregues em outros

setores, mesmo que no Senac, bem como pelos que chegarem após a data e hora de abertura do certame.

8.4 Aberto o primeiro envelope, estará encerrado o credenciamento e, por consequência, a possibilidade de admissão de novos participantes no certame.

9. DA PROPOSTA TÉCNICA (INVÓLUCROS "1", "2" E "3").

9.1 A **PROPOSTA TÉCNICA** deverá ser apresentada em **03 (três) invólucros distintos**, assim destinados:

- Invólucro "1" – Plano de Comunicação Publicitária **(via não identificada);**

- Invólucro "2" – Plano de Comunicação Publicitária (via identificada), fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:
Invólucro nº 2
Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada
Razão Social e CNPJ da licitante
Concorrência nº 009/2015
E-mail

- Invólucro "3" – Conjunto de Informações e Capacidade Técnica integrantes da **PROPOSTA TÉCNICA,** fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:
Invólucro nº 3
Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.
Razão Social e CNPJ da licitante
Concorrência nº 009/2015
E-mail

9.1.1. O **Invólucro "1"**, destinado especificamente à apresentação da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária será padronizado e fornecido prévia e exclusivamente pelo Licitador, sem nenhum tipo de identificação além da proveniente da padronização feita pelo Senac, devendo ser retirado junto à Comissão de Licitação, no endereço localizado na **Av. Mal. Floriano Peixoto, nº 295, Tirol, Natal/RN, no horário das 8h às 12h e das 13h às 17h, de segunda a sexta-feira.**

9.1.2 A Comissão de Licitação somente aceitará o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no **Invólucro "1"** fornecido prévia e obrigatoriamente pelo Senac, enquanto que os outros invólucros serão de responsabilidade do licitante e deverão vir com a identificação necessária externamente, conforme descrito neste Edital.

9.1.3 É expressamente vedada a aposição, a qualquer parte da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, no invólucro, assim como nos documentos nele contidos, de marca, sinal, rubrica ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente em qualquer momento antes da abertura da via identificada.

9.1.4 Para preservar – até a abertura do invólucro nº 2 – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada, o invólucro nº 1 não poderá ter nenhuma identificação; apresentar marca, sinal, etiqueta, lacre ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante; estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante.

9.2. A pontuação da **PROPOSTA TÉCNICA** será atribuída de acordo com a tabela do **Anexo IV** pelos membros da **SUBCOMISSÃO TÉCNICA**, a qual poderá promover diligências necessárias, com vistas a esclarecer, a complementar a instrução do processo ou fundamentar a pontuação sobre o atendimento aos requisitos técnicos previstos no Edital.

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

QUESITOS		SUBQUESITOS
1.	**Plano de Comunicação Publicitária**	Raciocínio Básico
		Estratégia de Comunicação Publicitária
		Ideia Criativa
		Estratégia de Mídia e Não Mídia
2.	**Capacidade de Atendimento**	Clientes
		Profissionais
		Infraestrutura
		Sistemática de Atendimento
		Informações de Marketing
3.	**Repertório**	
4.	**Relatos de Soluções e Problemas de Comunicação**	

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

9.4 **QUESITO 1 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada:** para sua apresentação, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

a) em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
b) capa e contracapa em papel A4, branco, com 75 gr/m2, ambas em branco;
c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2, orientação retrato, observado o disposto na alínea “c” do subitem 9.4.2 deste documento;
d) espaçamentos de 3cm na margem esquerda e 2cm na direita, a partir das respectivas bordas. Não há padrões exigidos para margens superior e inferior;
e) títulos, entre títulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
f) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entre títulos e entre parágrafos;
g) alinhamento justificado do texto;
h) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos, observados os subitens 9.4.1, 9.4.2 e 9.4.3 deste documento;
i) numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos; e
j) sem identificação da licitante.

9.4.1 As especificações do subitem 9.4 não se aplicam às peças de que trata a alínea “b” do subitem 9.5.3 e à indicação prevista no subitem 9.5.3.3.6 deste documento;

9.4.2 Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos, quadros, tabelas ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

a) poderão ser editados em cores;
b) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho de 8 a 12 pontos;
c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:

- apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 9.5.6, cada folha de papel A3 será computada como 2 (duas) páginas de papel A4;
- impressas na orientação paisagem.

9.4.3 Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

a) ser editados em cores;
b) ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;
c) ter qualquer tipo de formatação de margem; e d) ser apresentados em papel A3 dobrado.

9.4.3.1 As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesito poderão ser impressas na orientação paisagem.

9.4.4 Os exemplos de peças integrantes do subquesito Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno de que trata a alínea “a” do subitem 9.2 deste documento.

9.4.4.1 Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto em Edital, no que se refere as orientações para entrega da Proposta Técnica e seus respectivos invólucros.

9.4.5 **O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação que permita, inequivocamente, a identificação de sua autoria, antes da abertura do Invólucro nº 2.**

9.4.6 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista na alínea “a” do subitem 9.5.3 deste documento estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas.

9.4.7 Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem especialmente para o disposto em Edital, no que se refere as orientações para entrega da Proposta Técnica e seus respectivos invólucros;

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

9.4.9 Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquesitos. Essas páginas não serão computadas no limite de página previsto no subitem 9.4.6 e devem seguir as especificações do subitem 9.4, todos deste documento no que couber.

9.5 A licitante deverá apresentar o **Plano de Comunicação Publicitária com base no *Briefing* (Anexo I)**, observadas as seguintes orientações:

9.5.1 **Subquesito 1 – Raciocínio Básico** – apresentação em que a licitante descreverá:

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

9.5.2 **Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Publicitária** – apresentação e defesa da Estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no Briefing, compreendendo:

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

9.5.3 **Subquesito 3 – Ideia Criativa** – apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:

a) relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição sucinta de cada uma; e
b) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julgar mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 9.5.3.3 deste documento.

9.5.3.1 A descrição mencionada na alínea “a” do subitem 9.5.3 está circunscrita à especificação de cada peça publicitária e à explicitação de sua finalidade e de suas funções táticas na campanha proposta;

9.5.3.2 Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no subitem 9.5.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea “a” do subitem 9.5.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.

9.5.3.3 Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea “b” do subitem 9.5.3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

a) roteiro, layout ou storyboard impressos, para qualquer meio;
b) 'monstro' ou layout eletrônico, para o meio rádio;
c) storyboard animado ou animatic, para os meios TV, cinema e internet; e
d) 'boneca' ou layout montado dos materiais de não mídia.

9.5.3.3.1 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou *passepartout*, observado o disposto no subitem 9.4.4 deste documento. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas;

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

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

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

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

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

9.5.3.3.6 Para facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista na alínea "a"' do subitem 9.5.3 deste documento, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, banner internet).

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

a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
b) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
c) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, banner de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como outdoor, envelopamento de veículo, adesivagem de finger, entre outros), será considerada 1 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;
d) um hotsite e todas as suas páginas serão considerados 1 (uma) peça;
e) um filme e o hotsite que o hospeda serão considerados 2 (duas) peças; e
f) um banner de internet e o *hot site* por ele direcionado serão considerados 2 (duas) peças.

9.5.3.4.1 Na apresentação de proposta de hotsite a que se refere a alínea “d” do subitem 9.5.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

9.5.4 **Subquesito 4 – Estratégia de Mídia e Não Mídia** – constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, contemplando:

a) estratégia de mídia: proposição e defesa dos meios, das formas inovadoras de comunicação publicitária e dos recursos próprios de comunicação do Sesc e Senac a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;
b) tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos e demais meios de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;
c) plano de mídia: composto por planilhas de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos e demais meios de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a licitante considerar relevantes;
d) plano de novas formas de publicidade digital: composto por planilhas com a indicação de uso de formas inovadoras de comunicação publicitária, informando fornecedor, valor a ser aplicado e indicadores-chave de performance (KPI); e
e) simulação: dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia e/ou de novas formas de publicidade digital (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.

9.5.4.1 Todas as peças publicitárias, que integrarem a relação prevista na alínea “a” do subitem 9.5.3, deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

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

a) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;
b) as quantidades de inserções das peças em veículos e demais meios de divulgação;
c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos e demais meios de divulgação, separadamente por meios;
d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos e demais meios de divulgação;
e) as quantidades a serem produzidas de cada peça publicitária de não mídia;
f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça publicitária de não mídia;
g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária de não mídia; e
h) os valores (absolutos e percentuais) alocados no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.

9.5.4.3 Nessa simulação:

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

9.5.4.4 Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea "a" do subitem 9.5.4.3 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

9.6 **O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada – deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, sem os exemplos de peças publicitárias da Ideia Criativa, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:**

a) ter a identificação da licitante;
b) ser datado; e
c) estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

9.7 **QUESITO 2 – Capacidade de Atendimento:** a licitante deverá apresentar as informações relativas aos subquesitos que constituem esse quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

9.7.1 **O caderno específico mencionado no subitem 9.7, que compreende o Invólucro nº 3, não poderá apresentar informação que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que permita, inequivocamente, a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.**

9.8 A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar as seguintes informações para cada subquesito, abaixo discriminadas:

9.8.1 **Subquesito 1 – Clientes:** relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

9.8.2 **Subquesito 2 – Profissionais:** quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;

9.8.3 **Subquesito 3 – Infraestrutura:** infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição do Sesc e Senac para a execução do contrato;

9.8.4 **Subquesito 4 – Sistemática de Atendimento:** sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;

9.8.5 **Subquesito 5 – Informação de Marketing:** relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Sesc e Senac, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

9.9 **QUESITO 3 – Repertório:** a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem esse quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

9.9.1 Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que permita, inequivocamente, a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

9.10 O Repertório será constituído de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela licitante.

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

9.10.1.1 As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 1º de janeiro de 2018;

9.10.1.2 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pendrive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 9.9 deste ou ser apresentadas soltas;

9.10.1.3 As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 9.9 ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.

9.10.1.3.1 Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

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

9.10.3 As peças publicitárias não podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pelo Sesc e/ou Senac, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.

9.11 **QUESITO 4 – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:** a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem esse quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

9.11.1 Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que permita, inequivocamente, a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

9.12 A licitante deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 3 (três) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:

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

9.12.1 A validação de que trata a alínea “d” do subitem anterior, deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem 9.12. No documento de validação constará, além do ateste, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu telefone e e-mail de contato, seu cargo/função e sua assinatura.

9.12.2 Os Relatos de que trata o subitem 9.12 devem ter sido implementados a partir de 1º de janeiro de 2018.

9.12.3 É facultada a inclusão de até 3 (três) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:

a) as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pendrive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 9.11 deste documento ou ser apresentadas soltas;
b) as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 9.11 em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formado, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais; e
c) para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

9.12.3.1 A ficha técnica de cada peça, observada a quantidade de peças estabelecida no subitem 9.12.3, não entrará no cômputo do limite de páginas estabelecido no subitem 9.12 para descrição do Relato.

9.13 Os documentos elencados abaixo também deverão ser entregues no **Invólucro nº "3"** e servirão para constatar a capacidade técnica da licitante, sendo que estes documentos e informações não poderão conter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via não Identificada ou que permita a identificação da autoria de tal Plano antes da abertura do **Invólucro "2".**

9.13.1 Comprovar, através de **Atestado de Capacidade Técnica**, ter a empresa licitante prestado serviço, a contento, em quantidade mínima de 50% (cinquenta por cento) à verba estimada neste Edital, a, no mínimo, 01 (um) órgão público ou empresa privada. Esse (s) Atestado (s)/ Declaração (ões) deverá (ão) ser emitido (s) e assinado (s) pelo (s) órgão (s) público (s) ou empresa (s) privada (s) que foi (ram) atendida (s).

9.13.2 Comprovação de registro ou inscrição da licitante no **Conselho Executivo de Normas Padrão – CENP**, através do Certificado de Qualificação Técnica, ou entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das agências de propaganda, emitido em nome da empresa licitante.

10. DA PROPOSTA COMERCIAL (INVÓLUCRO "4").

10.1. As empresas licitantes deverão encaminhar em papel timbrado e via original a **PROPOSTA COMERCIAL**, de acordo com o modelo, as solicitações, e especificações abaixo e constantes no **Anexo V**, em envelope lacrado no qual, externamente, deverá ser informado o nome da empresa licitante, endereço eletrônico (e-mail), o número da Licitação e a inscrição "**PROPOSTA COMERCIAL**".

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

Invólucro nº 4
Proposta de Preços
Razão Social e CNPJ da licitante
Concorrência Compartilhada nº 001/2021
E-mail

10.3. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que tiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

10.4. Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Planilha que constitui o **Anexo V**, ressalvado que **NÃO** será aceito:

a) Desconto máximo a 30%, a ser concedido à anunciante, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Norte;

b) Honorários superiores a 5% (cinco por cento), a serem cobrados da anunciante, 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) Os honorários superiores a 5%, a serem cobrados da anunciante, incidentes sobre os preços dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas invovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

d) Os honorários superiores a 15%, a serem cobrados da anunciante, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça ou material cuja distribuição não proporcione a esta licitante o desconto de agencia concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965 (vincula-se a serviços gráficos e outros não previstos nos itens anteriores, permitidos pela legislação).

10.4.1. Os valores referentes à veiculação e produção deverão seguir rigorosamente as regras estabelecidas pelo Conselho Executivo de Normas Padrão – **CENP** e pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Rio Grande do Norte – **SINAPRO.**

10.5. A **PROPOSTA COMERCIAL** deverá conter, ainda, a declaração sobre a política de negociação a ser adotada pela licitante com relação a:

10.5.1. Percentual sobre os valores originalmente contratados a ser pago a autores de obras artísticas preexistentes, aproveitadas em peças publicitárias, na reutilização dessas peças por novos períodos.

10.5.2. A **PROPOSTA COMERCIAL** deverá conter a declaração de como a licitante tratará da questão dos direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir, estabelecendo:

10.5.2.1. Para os direitos de autoria intelectual (criação, textos, produção, direção, trilha sonora original, arte-finalização e assemelhados), **cessão definitiva** ao **Sesc e Senac** dos direitos patrimoniais de uso.

10.5.2.2. Para os direitos de imagem (atores e modelos) e para os direitos de uso de obras artísticas preexistentes (ou de sua reprodução), o licenciamento de uso durante o prazo de um ano contado a partir da veiculação da peça.

10.5.2.3. Compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os valores dos cachês e os licenciamentos de uso de obras artísticas preexistentes, inclusos nesses orçamentos.

10.5.2.4. Declaração de que a licitante arcará com o pagamento de todos os tributos e despesas com material e mão de obra decorrentes de prestação de serviços ao **Sesc e Senac**, seja qual for a sua natureza, incluindo fretes, seguros, encargos sociais, trabalhistas, fiscais, ISS, despesas de viagem, locomoção, permanência, alimentação e quaisquer outras.

10.5.2.5. As licitantes deverão informar na **PROPOSTA COMERCIAL** ou em informação complementar um e-mail válido a ser considerado para se manter a comunicação, a exemplo da comunicação de resultados, avisos, convocação dos licitantes e/ou outros informes condizentes com o processo.

10.6. A licitante deverá elaborar Declaração na qual:

10.6.1. Estabelecerá os percentuais máximos a serem pagos pelas Entidades:

10.6.1.1. Aos detentores de direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado;

10.6.1.2. Aos detentores dos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, incorporadas a peças, em relação ao valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente ajustado.

10.6.2. Comprometer-se á a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo as Entidades as vantagens obtidas.

10.6.3. Informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Cláusula Nona da Minuta de Contrato **(Anexo VII)**.

10.6.4. O percentual máximo incidente sobre valor original contratado com os detentores de direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado não poderá ser superior a 50% (cinquenta por cento).

10.7. Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência dos contratos a ser em firmados, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

11. DA SESSÃO DE ABERTURA DOS ENVELOPES.

11.1. Os envelopes lacrados contendo a **PROPOSTA TÉCNICA** (**Invólucros "1", "2" e "3"**) e a **PROPOSTA COMERCIAL** (**Invólucro "4"**) serão entregues no dia, hora e local indicados neste Edital, quando serão abertos, da **PROPOSTA TÉCNICA,** os invólucros "1": **via não identificada** do **Plano de Comunicação Publicitária** e "3": **Conjunto de Informações** e **Capacidade Técnica.**

11.1.1. Os integrantes da SUBCOMISSÃO TÉCNICA não participarão da sessão de recebimento e abertura dos invólucros com as **PROPOSTAS TÉCNICAS** e **COMERCIAIS**.

12. DA ANÁLISE DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E COMERCIAIS.

12.1 As **PROPOSTAS TÉCNICAS** serão analisadas e julgadas por **SUBCOMISSÃO TÉCNICA**, constituída por 03 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que 01 (um) deles sem vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o **Sesc ou Senac**, integrantes do Sistema Fecomércio.

12.2 São atribuições da **SUBCOMISSÃO TÉCNICA:**

a) Conferir, analisar, pontuar, julgar e classificar as **PROPOSTAS TÉCNICAS**;

b) Remeter a classificação técnica e decisão dos possíveis recursos à Comissão de Licitação para a devida publicação.

12.1.1.1. A escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

12.1.1.2. A relação dos nomes será publicada na imprensa oficial, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que haverá a sessão do sorteio.

12.1.1.3. Até 48 (quarenta e oito) horas antes do sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação, mediante fundamentos jurídicos plausíveis.

12.1.1.4. Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na SUBCOMISSÃO TÉCNICA, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da Autoridade Competente.

12.1.1.5. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da Autoridade Competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado.

12.3 **ANÁLISE DA PROPOSTA TÉCNICA:**

12.3.1 A Subcomissão Técnica analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste documento.

12.3.2 Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou subquesito:

12.3.3 **QUESITO 1 – Plano de Comunicação Publicitária**

12.3.3.1 **Subquesito 1 – Raciocínio Básico:**

a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do Sesc e Senac e do contexto de sua atuação, no âmbito do Estado do Rio Grande do Norte;
b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas; e
c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

12.3.3.2 **Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Publicitária:**

a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do Sesc e Senac, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;
b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;

c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do Sesc e Senac com seus públicos;
d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;
e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o Sesc e Senac, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing; e
f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.

12.3.3.3 **Subquesito 3 – Ideia Criativa:**

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

12.3.3.4 Subquesito 4 – Estratégia de Mídia e Não Mídia:

a) adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
b) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e dos planos de mídia e/ou de novas formas de publicidade digital;
c) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;
d) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do Sesc e Senac e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia; e
e) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

12.3.4 **QUESITO 2 – Capacidade de Atendimento:**

12.3.4.1 **Subquesito 1 – Clientes:** o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;

12.3.4.2 **Subquesito 2 – Profissionais:** a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do Sesc e Senac;

12.3.4.3 **Subquesito 3 – Infraestrutura:** a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do Sesc e Senac na execução do contrato;

12.3.4.4 **Subquesito 4 – Sistemática de Atendimento:** a funcionalidade do relacionamento operacional entre o Sesc e Senac e a licitante; e

12.3.4.5 **Subquesito 5 – Informação de Marketing:** a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do Sesc e Senac.

12.3.5 **QUESITO 3 – Repertório:**

a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;
b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo; e
c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.

12.3.6 **QUESITO 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:**

a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;
b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;
c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos; e
d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.

12.4 A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia disposta a seguir:

12.4.1 Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito, a Subcomissão Técnica realizará um exame comparativo entre as propostas apresentadas pelas licitantes e a gradação das pontuações atribuídas refletirá o maior ou menor grau de adequação de cada proposta, aos critérios de julgamento técnico estabelecidos no item 7 deste documento.

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

QUESITOS E SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. **Plano de Comunicação Publicitária**	**65**
Raciocínio Básico	10
Estratégia de Comunicação Publicitária	20
Ideia Criativa	20
Estratégia de Mídia e Não Mídia	15
2. Capacidade de Atendimento	**15**
Clientes	3
Profissionais	6
Infraestrutura	2
Sistema de Atendimento	1

Informações de Marketing	3
3. Repertório	**10**
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	**10**
PONTUAÇÃO TOTAL	**100**

12.4.2.1 Se a licitante apresentar quantidades inferiores às estabelecidas nos subitens 9.10.1 e 9.12 para o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, suapontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, a ser obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas no subitem 14.4.2 deste documento.

12.4.3 A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos pelos membros da Subcomissão Técnica, considerada uma casa decimal.

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

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

12.5 Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrerem qualquer uma das situações abaixo descritas:

a) apresentar informação que permita, inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2; ou
b) não alcançar, no total, 75 (setenta e cinco) pontos; ou
c) obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

12.5.1 Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do presente documento.

12.6 A pontuação final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos 4 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento; Repertório; e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

12.7 Se houver empate que impossibilite a identificação automática das 4 (quatro) licitantes mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica, serão consideradas as licitantes que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação.

12.7.1 Persistindo o empate, serão consideradas mais bem classificadas as licitantes que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos subquesitos Estratégia de Comunicação

Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, do quesito Plano de Comunicação Publicitária.

12.7.2 Se, ainda assim, persistir o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria Sessão ou em ato público marcado pela Comissão Especial de Licitação, cuja data será divulgada na forma do Edital e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

12.8 DOS CRITÉRIOS E PONTUAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS.

12.8.1 A Proposta de Preços da licitante deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços disponibilizada no Edital de Licitação e apresentada em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

12.8.2 Os quesitos a serem valorados pelas licitantes são os seguintes itens, ressalvado que não será aceito, sob pena de desclassificação:

a) Desconto inferior a 30%, a ser concedido à anunciante, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Norte;

b) Honorários superiores a 5% (cinco por cento), a serem cobrados da anunciante, 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) Os honorários superiores a 5%, a serem cobrados da anunciante, incidentes sobre os preços dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas invovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

d) Os honorários superiores a 15%, a serem cobrados da anunciante, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça ou material cuja distribuição não proporcione a esta licitante o desconto de agencia concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965 (vincula-se a serviços gráficos e outros não previstos nos itens anteriores, permitidos pela legislação).

12.8.3 Os quesitos a serem valorados integram a Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, são os seguintes:

Desconto/Honorários	Pontos (P)
a) Percentual de desconto, a ser concedido ao Sesc e/ou Senac, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela referencial de preços vigente do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Norte	P1 = 0,1 x Desconto
b) Percentual de honorários, a serem cobrados do Sesc e/ou Senac, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao	P2 = 3,0 x Desconto

planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;	
c) Percentual de honorários, a serem cobrados do Sesc e/ou Senac, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;	P3 = 3,0 x (0,0 – Honorários)
d) honorários, a serem cobrados do Sesc e/ou Senac, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione a esta licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965 (vincula-se aos serviços gráficos e outros não previstos nos itens anteriores).	P4 = 4,0 x (0,0 – Honorários)

12.8.4 A licitante deverá elaborar declaração na qual:

12.8.4.1 Estabelecerá os percentuais a serem pagos pelo Sesc e Senac aos detentores dos direitos patrimoniais sobre:

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

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

12.8.4.2 Comprometer-se-á a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo ao Sesc e ao Senac as vantagens obtidas.

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

12.9 O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de, no mínimo, 90 (noventa) dias corridos, contados de sua apresentação. Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido neste item, a Comissão Especial de Licitação realizará com ela diligência como forma de prorrogar o referido prazo.

12.9.1 A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos invólucros com as Proposta de Preços ou antes do encerramento do certame será desclassificada.

12.10 A Proposta de Preços deverá conter a porcentagem, para execução do serviço objeto deste documento, incluindo, obrigatoriamente, todas as despesas, os impostos, encargos, taxas, mobilização, desmobilização, mão de obra direta, transportes e quaisquer outras despesas diretas e indiretas.

12.11 Na hipótese de discordância entre as porcentagens apresentadas, a cotação indicada por extenso prevalecerá sobre a numérica.

12.12 Caso haja o vencimento da validade da proposta sem que a licitação tenha sido homologada e adjudicada, esta fica automaticamente prorrogada, exceto se houver manifestação contrária formal da licitante, para o e-mail cpl@rn.senac.br, dirigida à Comissão de Licitação, caracterizando seu declínio em continuar na licitação.

12.13 Em nenhuma hipótese será concedido prazo adicional para apresentação da proposta de preços. A Comissão de Licitação tem o direito de exigir, a qualquer época ou oportunidade, documentos ou informações complementares que julgar necessários ao entendimento e comprovação dos documentos apresentados.

12.14 A não apresentação da proposta de preços escrita implicará em desclassificação da licitante.

12.15 Após a fase de análise dos documentos de habilitação, não cabe desistência da proposta de preço, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão de Licitação.

12.16 A nota de cada Proposta de Preços corresponderá à soma aritmética dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela. Portanto, a pontuação total representará a soma das quatro notas obtidas (P1, P2, P3 e P4), conforme fórmula abaixo:

$$P = P1 + P2 + P3 + P4$$

12.17 Se houver empate, será considerado como maior pontuação a proposta de preços que apresentar, sucessivamente:

12.17.1 O maior percentual de desconto sobre os custos internos dos serviços executados pelas licitantes;

12.17.2 O menor percentual de honorários referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material cuja a distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores;

12.17.3 O menor percentual de honorários incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias

12.17.4 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;

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

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

12.20 A atribuição da nota final será feita de acordo com o somatório da pontuação da proposta técnica multiplicada pelo peso 6 (seis), que será somado a pontuação da proposta de preços multiplicada pelo peso 4 (quatro), conforme fórmula abaixo:

$$NF = \frac{NT \times P1 + NP \times P2}{P1 + P2}$$

Onde:
NF = Nota Final
NT = Nota Técnica
NP = Nota de Preço
P1 = Peso atribuído para a Nota Técnica
P2 = Peso atribuído para a Nota de Preço

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

12.22 Havendo empate na pontuação final obtida pelas licitantes, adotar-se-á Proposta Técnica como critério de desempate, prevalecendo a de maior pontuação. Mantendo-se o empate, será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente nos quesitos correspondentes aos itens relacionados no subitem 12.17.

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

12.24 Será declarada vencedora a licitante que obtiver a maior Nota Final (Técnica e Preço).

12.24.1 Para efeito de cálculo, será considerada até 01 (uma) casa decimal após a vírgula, desprezando-se as demais.

12.24.2 Não se admitirá proposta que apresente preços inexequíveis ou incompatíveis com os preços de mercado.

13. DA ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO.

13.1. **DA DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO (Invólucro "5"):** As empresas licitantes classificadas no julgamento final das propostas deverão encaminhar os documentos de habilitação, abaixo relacionados, em envelope lacrado, no qual, externamente, deverá ser informado o nome da empresa licitante, o número e a data da presente licitação e a inscrição **"HABILITAÇÃO"**.

13.2. Os Documentos deverão estar acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 5
Documentos de Habilitação
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência Compartilhada nº 001/2021
E-mail

13.3. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão de Licitação apenas pela licitante classificada no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

13.3.1. A licitante classificada no julgamento final das Propostas que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame.

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

13.3.1.2 Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno único, ter todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante e deverão ser apresentados, alternativamente: em original, em cópia autenticada por cartório competente, sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial ou em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão de Licitação, no ato da abertura dos Documentos de Habilitação. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão de Licitação.

13.4. Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a Documentação na forma prevista nos subitens 13.4.1 a 13.4.4, observado, ainda, o disposto no subitem 13.4.5.

13.4.1 **Habilitação Jurídica:**

13.4.1.1 Registro comercial, no caso de empresa individual;

13.4.1.2 Ato constitutivo, estatuto, contrato social em vigor devidamente registrado (cuja atividade da empresa seja compatível com o que é exigido no objeto licitado) ou contrato social consolidado, em se tratando de sociedades comerciais e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de eleição de seus administradores. **Os documentos em apreço deverão estar acompanhados de todas as alterações ou da consolidação respectiva;**

13.4.1.3 Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício.

13.4.2 **Regularidade Fiscal:**

13.4.2.1 Prova de inscrição do licitante no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ;

13.4.2.2 Certidão Negativa de Débitos – CND, para com a Seguridade Social – INSS (ou Certidão Unificada, conforme Portaria MF 358, de 05/09/2014);

13.4.2.3 Certificado de Regularidade de Situação – CRS para o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS;

13.4.2.4 Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), nos termos

do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei no 5.452, de 1º de maio de 1943;

13.4.2.5 Prova de Regularidade para com as Fazendas Federal, Estadual e Municipal, sendo:

a) Fazenda Federal – Certidão Conjunta Negativa de Débitos de Tributos e Contribuições Federais e quanto à Dívida Ativa da União emitida pela Receita Federal do Brasil – RFB (ou Certidão Unificada, conforme Portaria MF 358, de 05/09/2014);

b) Fazenda Estadual – Certidão de Regularidade de Débito de Tributos Estaduais, do Estado onde o licitante mantém sua sede, podendo ser apresentados certidões que tenham sido expedidas de forma genérica, abarcando todos os tributos, ou ainda de forma especifica desde que seja contemplado o referido tributo;

c) Fazenda Municipal – Certidão de Regularidade de Tributos Municipais do domicilio ou sede do licitante que comprove a inexistência de débito com ISSQN, podendo ser apresentadas certidões que tenham sido expedidas de forma genérica, abarcando todos os tributos, ou ainda de forma especifica desde que seja contemplado o referido tributo.

13.4.3 **Qualificação Técnica:**

13.4.3.1 No mínimo, 1 (um) Atestado de Capacidade Técnica expedido por pessoa jurídica de direito público ou privado, que ateste que a licitante prestou serviço, a contento, em quantidade mínima de 50% (cinquenta por cento) à verba estimada neste Edital, conforme modelo sugerido no **Anexo VIII, Documento 5.** Esse (s) Atestado (s)/ Declaração (ões) deverá (ão) ser emitido (s) e assinado (s) pelo (s) órgão (s) público (s) ou empresa (s) privada (s) que foi (ram) atendida (s). Esses Atestados/Declarações deverão ser emitidos e assinados pelos órgãos públicos ou empresas privadas que foram atendidas.

13.4.3.2 Cópia autenticada do certificado de qualificação técnica de funcionamento obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), em nome da licitante.

13.4.4 **Qualificação Econômico-financeira:**

13.4.4.1 Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, ou balanço de abertura, no caso de empresa recém-constituída, que comprovem a situação financeira da empresa, através do cálculo dos índices contábeis abaixo:

$$\text{1 - Liquidez Corrente - ILC:} \quad \frac{AC - DA}{PC} \text{ (resultado = ou maior que 1)}$$

$$\text{2 - Liquidez Geral - ILG:} \quad \frac{AC - DA + ARLP}{PC + PELP} \text{ (resultado = ou maior que 1)}$$

AC – Ativo Circulante
DA – Despesas Antecipadas de Curto Prazo
ARLP – Ativo Realizável a Longo Prazo
PC – Passivo Circulante

PELP – Passivo Exigível a Longo Prazo

13.4.4.2 Certidão negativa de falência (conforme a Lei n.º 11.101/2005) expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, com data de expedição inferior a 90 (noventa) dias em relação à data de apresentação dos envelopes.

13.4.5 **Outros Documentos Necessários à Habilitação:**

13.4.5.1 **Declaração de que não emprega menores**, em cumprimento do disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal (proibição de trabalho noturno, perigoso ou insalubre aos menores de dezoito anos e de qualquer trabalho a menores de quatorze anos, salvo na condição de aprendiz), conforme modelo **Anexo VIII, Documento 1;**

13.4.5.2 Declaração de inexistência de fato impeditivo de participação, nos termos do **Anexo VIII, Documento 2**;

13.4.5.3 Declaração de Sustentabilidade, nos termos do **Anexo VIII, Documento 5**;

13.4.5.4 Declaração de Conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados, nos termos do **Anexo VIII, Documento 6.**

13.5 **Considerações Gerais sobre os Documentos:** Sob pena de inabilitação, todos os documentos apresentados para habilitação deverão estar:

13.5.1 Em nome do **licitante** e, conforme o caso, com o número do CNPJ da pessoa jurídica ou outro número de registro público oficial:

13.5.1.1 Se o **licitante** for a **matriz**, todos os documentos deverão estar em nome da matriz; ou,

13.5.1.2 Se o **licitante** for a **filial**, todos os documentos deverão estar em nome da filial;

a) Serão dispensados da filial aqueles documentos que, pela própria natureza, comprovadamente, forem emitidos em nome da matriz.

13.6 As **Certidões** apresentadas deverão estar em condições de aceitabilidade quanto ao prazo de validade. Caso a validade das Certidões não esteja expressa no documento, será considerado o **prazo de validade de 90 (noventa) dias** da emissão da Certidão.

13.7 As microempresas e empresas de pequeno porte, por ocasião da participação em certames licitatórios, deverão apresentar toda a documentação exigida para efeito de comprovação de regularidade fiscal, mesmo que esta apresente alguma restrição.

13.8 No que tange à disposição do subitem anterior, havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal, será assegurado o prazo de 5 (cinco) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que o proponente for declarado o vencedor do certame, prorrogáveis por igual período, a critério do Licitador, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa.

13.9 A não regularização da documentação a que se refere o **item 13.8** implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas em Edital, sendo facultado à Administração convocar os licitantes remanescentes, para a assinatura da Ata ou revogar a licitação.

13.10 Os documentos necessários à habilitação poderão ser apresentados em original, por qualquer processo de cópia autenticada por cartório competente ou por membro da **Comissão de Licitação**, ou publicação em órgão da imprensa oficial.

13.11 A **Comissão de Licitação** reserva-se o direito de solicitar o original de qualquer documento, sempre que julgar necessário.

13.12 Os documentos que forem emitidos pela Internet estarão sujeitos a posterior conferência na página eletrônica do órgão emissor, que confirmará a sua autenticidade.

14. DO PROCESSAMENTO E JULGAMENTO DA LICITAÇÃO.

14.1 A primeira fase da primeira reunião pública será realizada no local, dia e hora previsto neste Edital e terá basicamente a seguinte pauta:

a) Identificação dos representantes das licitantes por meio do credenciamento (**Anexo VI).**

b) Recebimento dos **Invólucros "1", "2", "3" e "4";**

c) Conferência se os **Invólucros "1"** apresentam em sua parte externa alguma menção que identifique a licitante;

d) Abertura dos **Invólucros "1"** e **"3"**, rubrica da Comissão de Licitação nos documentos, liberando-os para o exame dos participantes e respectiva rubrica.

14.2 As **PROPOSTAS TÉCNICAS (Invólucros "1" e "3")** serão encaminhadas à **SUBCOMISSÃO TÉCNICA** sequencialmente, conforme abaixo:

14.2.1 Encaminhamento do **Invólucro "1"** à Subcomissão Técnica que promoverá:

a) Análise individualizada e julgamento do Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada (**Invólucro "1"**);

b) Elaboração de Ata de Julgamento do Plano de Comunicação Publicitária e encaminhamento à Comissão de Licitação, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita, se necessário, das razões que as fundamentaram em cada caso.

14.2.2 Encaminhamento do **Invólucro "3"** à Subcomissão Técnica que promoverá:

a) Análise individualizada e julgamento dos quesitos referentes ao Conjunto de Informações e Capacidade Técnica (**Invólucro "3"**);

b) Elaboração de Ata de Julgamento segundo os quesitos estabelecidos e encaminhamento à Comissão de Licitação juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita, se necessário, das razões que as fundamentaram em cada caso.

14.3 A segunda sessão pública será realizada para apuração do resultado geral das **PROPOSTAS TÉCNICAS** e será basicamente composta de:

a) Abertura do **Invólucro "2"** com a via identificada do Plano de Comunicação Publicitária;

b) Cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;

c) Elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada **PROPOSTA TÉCNICA**;

d) Proclamação do resultado do julgamento da **PROPOSTA TÉCNICA**.

14.4 A Comissão de Licitação fará a divulgação do resultado do julgamento da **PROPOSTA TÉCNICA**, com a indicação dos proponentes desclassificados e da ordem de classificação organizada pelo nome dos licitantes.

14.5 A Comissão de Licitação convocará os licitantes para a sessão de abertura dos invólucros "4" com as **PROPOSTAS COMERCIAIS**, em sessão pública, para a classificação final dos proponentes, de acordo com a pontuação obtida pelas concorrentes nas **PROPOSTAS TÉCNICAS** e **COMERCIAIS**, de acordo com os critérios preestabelecidos no Edital.

14.6 Será considerada vencedora a licitante que, classificada e habilitada, obtiver a maior **Nota Final**, definida pelo cálculo da média aritmética entre as notas atribuídas à **PROPOSTA TÉCNICA** somando-se aos pontos obtidos na **PROPOSTA COMERCIAL** a partir dos percentuais propostos pela licitante e sua respectiva pontuação.

14.7 Se houver empate, será considerado como maior pontuação a proposta de preços que apresentar, sucessivamente:

14.7.1 O maior percentual de desconto sobre os custos internos dos serviços executados pelas licitantes;

14.7.2 O menor percentual de honorários referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material cuja a distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores;

14.7.3 O menor percentual de honorários incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias

14.7.4 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;

14.8 Será divulgado o resultado do julgamento final das propostas via e-mail aos participantes.

14.9 Os licitantes classificados no julgamento final das propostas serão convocados para apresentação dos documentos de **HABILITAÇÃO**.

14.10 Recebimento e abertura do **Invólucro "5"** com os documentos de **HABILITAÇÃO** dos licitantes.

14.11 Julgamento e divulgação quanto a habilitação dos participantes.

14.12 Envio do processo para homologação e adjudicação e posterior divulgação do resultado final da licitação.

14.13 Quando todos os licitantes classificados forem inabilitados, a Comissão de Licitação poderá conceder aos licitantes o prazo de até 08 (oito) dias úteis para a apresentação de nova documentação, livres das causas que as inabilitaram ou desclassificaram.

15. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO.

15.1. A Comissão de Licitação receberá os Documentos de Habilitação de todas as licitantes e analisará, à primeira, os Documentos de Habilitação da licitante classificada em primeiro lugar no julgamento da Proposta Técnica e Preço e a declarará habilitada se atender integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos.

15.2. Se a licitante classificada em primeiro lugar no julgamento da Proposta Técnica e Preço restar inabilitada, serão analisados os documentos de habilitação da segunda colocada, e, assim, sucessivamente.

16. COMISSÃO DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA.

16.1. Esta Concorrência será processada e julgada pela Comissão de Licitação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

16.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, constituída por 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que 1 (um) deles sem vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o **Sesc ou Senac**, integrantes do Sistema Fecomércio.

16.3. A relação dos nomes referidos no subitem 16.2 deste Edital será publicada pela Comissão de Licitação no site www.rn.senac.br/licitacoes ou divulgado via e-mail.

17. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS.

17.1. Serão realizadas 4 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes.

17.1.1. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 7.1 deste Edital.

17.1.1.2. Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de 3 (três) de seus membros para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas e Documentos de Habilitação nas sessões públicas.

17.1.1.2.1. Em caso de dissenso quanto a nomeação dos representantes dos licitantes, tais membros serão escolhidos mediante sorteio a ser promovido pela Comissão de Licitação na própria sessão.

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

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

17.4. Antes do aviso oficial do resultado desta Concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes a adjudicação dos contratos ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

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

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

17.7. Se os invólucros das licitantes desclassificadas ou inabilitadas não puderem ser devolvidos nas sessões públicas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias úteis, contados do encerramento desta Concorrência – após transcorrer o prazo para interposição de recurso contra o resultado final da licitação ou ter havido a sua desistência ou, ainda, terem sido julgados os recursos interpostos. Decorrido esse prazo sem que sejam retirados, será providenciada sua destruição.

Primeira Sessão

17.8. A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no subitem 3.1 deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

a) Identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 7.1 deste Edital;

b) Receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4.

c) Conferir se esses invólucros estão em conformidade com as disposições deste Edital.

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

a) Estiver identificado;

b) Apresentar marca sinal, etiqueta, lacre, rubrica ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2;

c) Estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2.

17.8.2. Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 17.8.1, a Comissão de Licitação não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

17.8.3. A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

a) Rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros nº 2, nº 4 e nº 3, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão de Licitação, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;

b) Retirar e rubricar o conteúdo dos Invólucros nº 1;

c) Abrir os Invólucros nº 3 e rubricar seu conteúdo;

d) Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos que constituem os Invólucros nº 1 e nº 3;

e) Informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 19 deste Edital.

17.8.3.1. A Comissão de Licitação, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 17.8.3, adotará medidas para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

17.8.3.2. Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, a Comissão de Licitação e ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão de Licitação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

17.8.4. A Comissão de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

17.8.5. Abertos os Invólucros nº 1 e nº 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão de Licitação.

17.8.6. Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão de Licitação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no subitem 17.8.7 e seguintes.

17.8.6.1. Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão de Licitação pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado na forma do item 19, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos, conforme disposto no item 20.

17.8.7. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão adotados os seguintes procedimentos:

a) Encaminhamento, pela Comissão de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;

b) Análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

c) Elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão de Técnica à Comissão de Licitação, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

d) Encaminhamento, pela Comissão de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

e) Análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

f) Elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão de Licitação, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

17.8.7.1. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base na alínea ‘d’ do subitem 12.3.6 deste Edital, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme as regras previstas neste Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

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

17.8.8. As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 17.8.7 conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

Segunda Sessão

17.9. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Invólucros nº 1 e nº 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 19 deste Edital, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

17.9.1. Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

17.9.2. Abrir os Invólucros nº 2;

17.9.3. Cotejar as vias não identificadas (Invólucro nº 1) com as vias identificadas (Invólucro nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;

17.9.4. Elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;

17.9.5. Proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;

17.9.6. Informar que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 21 deste Edital, com a indicação dos proponentes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso.

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

Terceira Sessão

17.10. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 21 deste Edital, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

17.10.1. Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

17.10.2. Abrir os Invólucros nº 4, com a Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

17.10.3. Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;

17.10.4. Analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;

17.10.5. Identificar a Proposta de menor preço e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;

17.10.6. Realizar com a licitante mais bem classificada na fase da Proposta Técnica – caso não tenha apresentado a Proposta de menor preço – consulta sobre a aceitação ou não da Proposta de menor preço entre as licitantes classificadas;

17.10.7. Realizar procedimento idêntico, na falta de êxito na consulta mencionado no subitem precedente, sucessivamente com as demais licitantes classificadas, até a consecução de acordo para a contratação;

17.10.8. Declarar vencedora do julgamento final das Propostas Técnica e de Preços a licitante mais bem classificada na Proposta Técnica que tiver apresentado a Proposta de menor preço ou que concordar em praticar o menor preço entre as propostas apresentadas pelas licitantes classificadas;

17.10.9. Informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das Propostas será publicado na forma do item 21 deste Edital, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso.

Quarta Sessão

17.11. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Licitação convocará os licitantes classificados, na forma do item 19 deste Edital, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

17.11.1. Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

17.11.2. Receber e abrir o Invólucro nº 5, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

17.11.3. Analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;

17.11.4. Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;

17.11.5. Informar o resultado da habilitação; que o resultado da habilitação será publicado na forma do item 19 deste Edital, com a indicação do proponente habilitado ou inabilitado, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso; que será publicado na forma do item 19 deste Edital o nome da licitante vencedora desta Concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

18. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO.

18.1. Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a autoridade competente homologará o resultado desta Concorrência e, assim, aprovará a adjudicação do seu objeto à licitante vencedora.

19. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS.

19.1. A juízo da Comissão de Licitação, todas as decisões referentes a esta Concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir,

19.1.1. Nas sessões de abertura de invólucros;

19.1.2. No site do Departamento Regional do Senac ou via e-mail;

19.1.3. Por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

20. RECURSOS ADMINISTRATIVOS.

20.1. Eventuais recursos referentes a presente Concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de **5 (cinco**) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida ao à autoridade competente, por intermédio da Comissão de Licitação, no endereço mencionado no subitem 3.1.

20.2. Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis.

20.3. Não será conhecido o recurso interposto fora do prazo legal ou subscrito por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo como representante da licitante.

20.4. Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos até o seu término, vista ao processo desta Concorrência, em local e horário a serem indicados pela Comissão de Licitação.

20.5. Os recursos das decisões referentes a habilitação ou inabilitação de licitante e julgamento de Propostas terão efeito suspensivo, podendo a Comissão de Licitação – motivadamente e se houver interesse para o Sesc e Senac – atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

21. CONDIÇÕES CONTRATUAIS.

21.1. A licitante vencedora terá o prazo de até 5 (cinco) dias úteis, contado a partir da convocação, para assinar o instrumento de contrato, nos moldes da minuta que constitui o **Anexo VII**, e o prazo de até 20 (vinte) dias, contado a partir da data de assinatura do contrato, para apresentar a garantia prevista no item 23 deste Edital.

21.1.1 Se a licitante vencedora não comparecer, no prazo estipulado no subitem 21.1, para assinar o contrato, as Entidades poderão convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta da licitante que deixou de assinar o contrato, ou revogar esta Concorrência.

21.2. O contrato para a execução dos serviços objeto deste Edital terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos até o limite de 60 (sessenta) meses.

21.3. Os Contratantes poderão rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, sem que assista à Contratada qualquer espécie de direito à indenização ou lucros cessantes.

21.4. A rescisão do contrato acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte dos Contratantes a retenção dos créditos decorrentes do contrato, limitada ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste Edital e em lei, até a completa indenização dos danos.

21.5. Será da responsabilidade da contratada o ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de qualquer de seus empregados, prepostos ou contratados.

21.6. Obriga-se também a contratada por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais, inclusive trabalhistas, que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Edital e do contrato que vier a ser assinado.

21.7. A Contratada, independentemente de solicitação, deverá prestar esclarecimentos aos Contratantes sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que a envolvam.

21.8. A contratada só poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta Concorrência, que envolva o nome dos Contratantes, se houver expressa autorização por escrito destes.

21.9. É vedado à contratada caucionar ou utilizar o contrato resultante da presente Concorrência para qualquer operação financeira.

21.10. A contratada se obriga a manter, durante toda a execução do contrato, as condições de qualificação e habilitação exigidas nesta concorrência, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento expedida pelo CENP.

21.11. A contratada centralizará o comando da publicidade dos Contratantes no município do Natal/RN ou região metropolitana, estando ciente de que deverá estar disponível para o pronto atendimento nesta cidade, inclusive participando de reuniões locais.

21.12. No prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, a contratada deverá comprovar que possui, na cidade do Natal/RN ou região metropolitana, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados aos Contratantes.

21.13. Integrarão o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos, os elementos apresentados pela licitante vencedora que tenham servido de base para o julgamento desta Concorrência e, quando for o caso, a Proposta de Preços com ela negociada.

22. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS.

22.1. **Das sanções relativas à Licitação:**

22.1.1 As licitantes que desatenderem quaisquer exigências do Edital e seus Anexos, garantida a prévia defesa e, de acordo com a conduta reprovável (infração), estarão sujeitos às sanções administrativas nele previstas, conforme abaixo:

22.1.1.1 Multa compensatória, cuja base de cálculo será o valor estimado dessa licitação; e,

22.1.1.2 Suspensão do direito de licitar ou contratar com o Sesc e Senac, por prazo não superior a 2 (dois) anos, conforme detalhamento abaixo:

GRAU	MULTA	SUSPENSÃO DO DIREITO DE LICITAR E CONTRATAR
	COMPENSATÓRIA	PRAZO
1	**De 0,05% a 0,2%** por ocorrência, sobre o valor estimado da licitação	Mínimo: **1** mês Máximo: **1** ano
2	**De 0,3% a 0,6%** por ocorrência, sobre o valor estimado da licitação	Mínimo: **1** mês Máximo: **1** ano
3	**De 0,7% a 0,9%** por ocorrência, sobre o valor estimado da licitação	Mínimo: **6** meses Máximo: **2** anos
4	**De 1% a 2%** por ocorrência, sobre o valor estimado da licitação	Mínimo: **6** meses Máximo: **2** anos

ITEM	INFRAÇÃO	GRAU
1	Deixar de entregar a documentação exigida na licitação no prazo estipulado.	1
2	Cometer atos protelatórios, durante os procedimentos licitatórios, com intuito de adiamento dos prazos da licitação.	1
3	Interpor recursos sem motivação fundamentada, ou com motivação descabida, ou com motivação genérica, prejudicando a condução da licitação.	1
4	Não assinar o contrato no prazo de convocação, durante a vigência de sua proposta, sem justificativa aceita pelo Licitador.	2

5	Apresentar documentação falsa.	**2**
6	Fazer declaração falsa ou omitir informações.	**2**
7	Cometer fraude fiscal.	**3**
8	Não manter a proposta durante o prazo de validade da mesma.	**4**
9	Comportar-se de modo inidôneo ou cometer mais de uma das faltas previstas nos subitens anteriores.	**4**

22.1.2 O valor das multas aplicadas deverá ser depositado **no prazo de 5 (cinco) dias úteis**, a contar da data do recebimento da notificação, conforme orientações fornecidas na mesma. **Se o valor da multa não for depositado, será cobrado administrativamente ou judicialmente.**

22.1.3 As sanções previstas nas alíneas 22.1.1.1 e 22.1.1.2 poderão ser aplicadas cumulativamente.

22.1.4 No processo de aplicação de sanções é assegurado o direito ao contraditório e à ampla defesa, facultada a defesa prévia do interessado, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados da intimação do ato.

22.1.5 A apresentação de defesa dentro do prazo estipulado terá efeito suspensivo quanto ao pagamento das sanções de multa, que só será realizado após a análise do mesmo.

22.2. **A aplicação das penalidades previstas neste Instrumento é de competência do Diretor Regional do Sesc e/ou Senac.**

23. GARANTIA.

23.1. Será exigido da Contratada, no prazo estabelecido para a assinatura do Contrato, comprovante de prestação de garantia, do tipo caução em dinheiro, fiança bancária ou seguro garantia, correspondente ao percentual de 1% (um por cento) do valor global do contrato.

23.2. A garantia assegurará, qualquer que seja a modalidade escolhida, o pagamento de:

23.2.1. Prejuízo advindo do não cumprimento do objeto do contrato e do não adimplemento das demais obrigações nele previstas;

23.2.2. Prejuízos causados ao Sesc e/ou Senac ou a terceiro, decorrentes de culpa ou dolo durante a execução do Contrato;

23.2.3. As multas aplicadas pelo Sesc e/ou Senac à Contratada; e,

23.2.4. Obrigações trabalhistas, fiscais e previdenciárias de qualquer natureza, não honradas pela Contratada.

23.3. A inobservância do prazo fixado para apresentação da garantia acarretará a aplicação de multa de 0,07% (sete centésimos por cento) sobre o valor do contrato por dia de atraso, até o máximo de 2% (dois por cento).

23.4. O atraso superior a 30 (trinta) dias autoriza a Administração a promover a retenção dos pagamentos devidos à Contratada, até o limite de 2% (dois por cento) do valor total do contrato a título de garantia, a serem depositados junto ao Banco do Brasil, com correção monetária, em favor da Contratada.

23.5. A garantia fornecida pela Contratada somente será devolvida após o término do contrato.

24. DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS.

24.1 Ao aceitar participar da sessão de licitação, o licitante está ciente de que o Senac/RN adota os termos da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) com seus clientes, fornecedores e colaboradores para garantir que a privacidade e a segurança dos dados sejam protegidas, em respeito à privacidade em relação a qualquer informação, dados e/ou imagem que possam ser coletados, tratados e compartilhados.

24.2 Os licitantes autorizam o Senac–AR/RN a coletar, tratar e compartilhar os dados pessoais de seus representantes, para o fim exclusivo de viabilizar o presente procedimento licitatório e a futura execução do objeto contratado, observando-se as exceções previstas no art. 11, II da LGPD e o seguinte:

24.2.1 Fica autorizada a coleta, o tratamento e o compartilhamento do nome completo e cópias e números de identidade e CPF dos representantes das licitantes, bem como eventuais dados pessoais incluídos em contrato social, estatuto ou documento equivalente, enquanto for necessário ao atingimento da finalidade a seguir exposta;

24.2.2 A coleta, tratamento e compartilhamento dos dados acima especificados tem por finalidade viabilizar o presente procedimento licitatório e a futura execução do objeto contratado;

24.2.3 Os dados pessoais coletados, serão compartilhados quando da necessidade de vistas aos autos do processo, que é público e, portanto, acessível a todo interessado, por ocasiões de sessões presenciais e sobretudo em caso da realização de sessões virtuais, nas quais os participantes analisarão os documentos de credenciamento propostas de preços e habilitação no formato digital.

24.3 O Senac–AR/RN é o controlador dos dados pessoais tratados neste item, podendo ser contatado por meio do seguinte endereço eletrônico: cpl@rn.senac.br.

24.4 O Senac–AR/RN se responsabiliza por todas as medidas de segurança necessárias à proteção dos dados coletados, tratados ou compartilhados, de incidentes de segurança da informação e comunicará aos titulares dos dados e à Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) a ocorrência de incidente de segurança que possa acarretar risco ou dano relevante, em conformidade ao art. 48 da LGPD.

24.5 Os titulares dos dados, poderão exercer, no que couber, os direitos previstos no art. 18 da LGPD.

24.6 Os titulares dos dados poderão revogar a anuência aqui manifestada, ou solicitar que sejam eliminados os seus dados pessoais não anonimizados, ficando cientes que isto poderá impedir sua continuidade no processo licitatório.

24.7 O Senac/RN afirma que o material resultante da sessão não terá nenhuma finalidade comercial e será utilizado exclusivamente para registro em ata e no processo administrativo, de acordo com a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) – Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018".

25. DISPOSIÇÕES FINAIS.

25.1. O Presidente do Conselho Regional do Sesc e Senac poderá revogar esta Concorrência por razões de interesse público decorrentes de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta, devendo anulá-la por ilegalidade, de ofício ou por provocação de terceiros, mediante parecer escrito e devidamente fundamentado.

25.2. A anulação da Licitação induz a do Contrato.

25.3. Os licitantes não terão direito à indenização em decorrência da anulação do procedimento licitatório, ressalvado o direito do contratado de boa-fé de ser ressarcido pelos encargos que tiver suportado no cumprimento do Contrato.

25.4. É facultada à Comissão de Licitação em qualquer fase desta Concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das Propostas Técnica e de Preços ou dos Documentos de Habilitação.

24.4.1 A Comissão de Licitação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária até a abertura do Invólucro nº 2.

25.5. Até a assinatura do contrato, a licitante vencedora poderá ser desclassificada se as Entidades tiverem conhecimento de fato desabonador à sua classificação ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase.

24.5.1 Se ocorrer a desclassificação de licitante vencedora por fatos referidos no subitem precedente, as Entidades poderão convocar as licitantes remanescentes por ordem de classificação ou revogar esta Concorrência.

25.6. Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica) deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal aos Contratantes.

25.7. É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.

25.8. A Comissão de Licitação poderá, no interesse do Sesc e Senac relevar omissões puramente formais nos Documentos e Propostas apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência.

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

25.10. Qualquer tentativa de uma licitante influenciar a Comissão de Licitação no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

25.11. Os documentos necessários ao credenciamento e a habilitação deverão ser apresentados em original, autenticados por qualquer processo de cópia autenticada por cartório competente ou mediante publicação em órgão da imprensa oficial, bem como por conferência feita por membro da Comissão de Licitação.

25.12. Em caso de divergência entre normas infralegais e as contidas neste Edital, prevalecerão as últimas.

25.13. Este certame poderá ter a data de abertura da sessão pública transferida por conveniência do Licitador.

25.14. A Comissão de Licitação não se responsabiliza por e-mails que não forem recebidos em virtude de problemas no servidor ou navegador do Senac/RN e/ou do emissor.

25.15. A critério da Administração Regional do Sesc e/ou Senac, quando todos os licitantes forem inabilitados ou todas as propostas forem desclassificadas, poderá ser fixado o prazo de 8 (oito) dias para a apresentação de nova documentação ou de outras propostas que obedeçam os ditames deste Edital e seus anexos.

26. ANEXOS.

26.1. São partes integrantes deste Edital os seguintes anexos:

- Termo de Referência - Anexo I;
- Briefing – Anexo II;
- Localizações das Unidades Senac e Sesc no Estado – Anexo III;
- Critérios e Pontuação da Proposta Técnica – Anexo IV;
- Proposta Comercial – Anexo V;
- Modelo de Credenciamento – Anexo VI;
- Minuta do Contrato – Anexo VII;
- Modelo de Outros Documentos – Anexo VIII.

27. FORO.

27.1. As questões decorrentes da execução deste instrumento, que não possam ser dirimidas administrativamente, serão processadas e julgadas na Justiça Comum, no Foro da Comarca de Natal, Estado do Rio Grande do Norte, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

Natal, RN, 16 de agosto de 2021.

RANIERY CHRISTIANO DE QUEIROZ PIMENTA
DIRETOR REGIONAL DO SENAC-AR/RN

ANEXO I – *BRIEFING*

1. SITUAÇÃO GERAL: CONHECENDO A HISTÓRIA DO SESC SENAC.

Criados em 1946, o Sesc e o Senac nasceram como instituições de direito privado, sem fins lucrativos, vinculadas ao sistema sindical empresarial e sendo administradas pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo, com a finalidade de atuar em prol da valorização do trabalhador e de seus familiares, na promoção do bem-estar e na educação profissional. No cumprimento de suas missões, as Instituições do Comércio primam por valores importantes, como a inclusão social, o desenvolvimento sustentável e a transparência – a qual está no cerne de suas regulamentações.

Criar oportunidades para que pessoas desenvolvam todo o seu potencial, por meio do acesso à cultura, educação, saúde, esporte, lazer e assistência, é o que o Sesc faz diariamente, em todo o país, ao longo de mais de 7 (sete) décadas. Oferece serviços e ações que melhoram a qualidade de vida dos brasileiros, em especial dos trabalhadores do comércio de bens, serviços e turismo, proporcionando melhores condições de vida e o desenvolvimento das comunidades onde vivem.

Já o Senac é o principal agente da educação profissional voltado para o Setor do Comércio de Bens, Serviços e Turismo. Mais de 60 milhões de atendimentos já foram prestados pelo Senac, desde sua criação, há 73 (setenta e três) anos. A Instituição oferece toda a sua experiência a trabalhadores e empresários, com programações presenciais e a distância, de norte a sul do Brasil. São cursos de formação inicial e continuada, técnicos e de nível superior, dentro de centenas de ambientes educacionais de ponta e especializados, como as empresas pedagógicas e as unidades móveis em todos os estados do país e no Distrito Federal.

1.2 Sesc

Braço social do Sistema tem como principal missão promover ações e projetos nas áreas de educação, saúde, cultura, lazer e assistência. Tem dez unidades fixas no estado e três unidades móveis (BiblioSesc, Unidade Sesc Saúde da Mulher e OdontoSesc). Começou a atuar no RN em 1949 e atua com ações buscando reforçar seu papel social para a comunidade do Rio Grande do Norte por meio das diretrizes institucionais e composto pela missão, visão e valores descritos abaixo:

Missão

Promover ações socioeducativas que contribuam para o bem estar social e a qualidade de vida dos trabalhadores do comércio de bens, serviços e turismo, de seus familiares e da comunidade, para uma sociedade justa e democrática.

Visão

Ampliar o reconhecimento do Sesc pela sociedade, como instituição inovadora e propositiva na promoção de ações para o desenvolvimento humano e social.

Valores

- Transparência

- Excelência
- Atuação em rede
- Ação educativa transformadora
- Sustentabilidade
- Acolhimento
- Respeito a diversidade
- Protagonismo
- Inovação

O Sesc RN realiza ações, projetos sociais e educativos que compõem os cinco programas, ratificando o papel de promoção ao bem estar e qualidade de vida da sociedade norte-rio-grandense.

Educação

O Programa Educação oportuniza conhecimento na perspectiva de contribuir para a formação de cidadãos mais críticos e autônomos. No Rio Grande do Norte, o Regional possui sete Escolas Sesc, sendo três na grande Natal (Potilândia, Zona Norte e Macaíba) e duas no interior (Caicó e Mossoró). Possui ainda duas unidades Sesc Ler em São Paulo do Potengi e Nova Cruz, oferecendo Educação de Jovens e Adultos (EJA) e educação complementar.

Saúde

O programa saúde propõe ações fundamentais para a reorientação dos projetos e das atividades sistemáticas com o objetivo da melhoria na qualidade de vida e a redução dos riscos à saúde. Dessa forma, propõe atividades e projetos que se relacionem com a realidade dos comerciários, seus dependentes e comunidade em geral, com serviços nas áreas de nutrição, odontologia e educação em saúde.

No estado do Rio Grande do Norte, a saúde bucal é desenvolvida no Sesc desde 1990, em três clínicas localizadas em Macaíba, Mossoró e Natal, contribuindo com a saúde bucal da família comerciária e seus dependentes, constituindo-se uma referência na área. Além da atuação itinerante das unidades móveis, Sesc Saúde Mulher e OdontoSesc, que proporcionam atendimento gratuito de qualidade a toda a população dos municípios do Estado.

Cultura

A atuação do programa cultura não se resume a entretenimento, mas também mecanismo fundamental para o resgate da cidadania. Os projetos buscam valorizar e estimular a produção cultural potiguar por meio de programações nas áreas de artes cênicas, artes visuais, música, literatura, audiovisual, biblioteca e multilinguagens. Ressaltando os projetos de valorização dos artistas locais, como o projeto Galeria Sesc, Mostra Sesc de Arte e Cultura, Aldeia Sesc Seridó e Poti Cultural.

As três unidades fixas (Natal, Mossoró e Caicó) também disponibilizam biblioteca com um acervo diversificado de livros para empréstimo e espaços para leitura. A unidade móvel, BiblioSesc, também atua fortemente nas escolas públicas do estado, atuando como facilitador ao acesso à leitura de forma gratuita.

Lazer

O projeto lazer busca incentivar a melhoria da qualidade de vida da sociedade por meio de modalidades esportivas e lúdicas com valores diferenciados e estruturas modernas. O público-alvo das atividades esportivas abrangem crianças, jovens, adultos e idosos. Também realizamos eventos esportivos durante todo o ano, buscando integrar a sociedade em suas ações e ser um diferencial para qualidade de vida dos cidadãos.

As ações também visam o acesso ao lazer com a promoção atividades de recreação e realização de excursões e passeios a pontos turísticos do RN e estados próximos com o Turismo Social. Este projeto proporciona novas oportunidades de lazer, priorizando o enriquecimento cultural, a educação, a melhoria das relações interpessoais e desenvolvimento integral da saúde, bem como a indução de novas formas de conduta dos indivíduos nos grupos sociais, em relação a coletividade e à natureza, tendo como principal objetivo a multiplicação da consciência ecológica e ao patrimônio histórico cultural brasileiro.

Assistência

A Entidade realiza ações comunitárias que valorizam o comerciário de bens e serviços, seus dependentes, a comunidade em geral. Integrando socialmente diversas atividades educativas, de promoção da saúde, autonomia e qualidade de vida, desenvolvendo o potencial de crianças, adolescentes, idosos, bem como de instituições sociais mediante a doação de alimentos para pessoas em situação de vulnerabilidades.

O Programa Mesa Brasil atua sistematicamente com ações conjuntas que integram o Sesc, empresas e instituições sociais, no combate à fome e ao desperdício de alimentos, com um papel proativo e socialmente responsável. Paralelamente, desenvolve ações educativas para consumo consciente dos alimentos e exercício da cidadania. O programa também oferta oficinas às instituições beneficiadas, com vistas ao desenvolvimento comunitário, possibilitando, assim, a geração de renda e desenvolvimento do entorno onde estão localizadas.

Outro projeto sistemático é o Sesc Cidadão que disponibiliza um espaço de convivência, participação, formação e transformação social de crianças e adolescentes que estão em vulnerabilidade social, entre 8 e 15 anos. Essa iniciativa visa oferecer diariamente o serviço de contraturno escolar e ampliar o acesso à educação de populações de baixa renda que se encontram em situação de vulnerabilidade social.

Administração

As habilitações do Sesc (cartões) são essenciais para a utilização de grande parte dos serviços oferecidos pela instituição, por proporcionarem valores diferenciados ao seu público-alvo. As metas são estabelecidas anualmente, exigindo ações sistemáticas de afirmação institucional para captação de clientes novos e revalidados. O projeto “Sesc nas empresas” atua diretamente nas entidades, de médio e grande porte, visando apresentar os serviços oferecidos pelo Sesc e ser mais uma estratégia de reforço para o atingimento das metas.

Cenário

O Sesc RN atua em seis municípios com unidades fixas, além de quatro unidades móveis. Grande parte dos serviços na área de educação, saúde, cultura, lazer e assistência estão concentrados em Natal e Mossoró.

Diante do cenário pandêmico, os serviços e produtos da Instituição passaram por transformações e adaptações, buscando manter a qualidade e alcançar a meta estabelecida. Os serviços de esporte começaram a ser oferecidos também no formato virtual, por meio de aulas remotas e adaptações nos espaços físicos, respeitando todos os protocolos de biossegurança estabelecidos. As ações culturais migraram dos palcos para a internet com lives e ações formativas virtuais.

Ainda sobre as transformações causadas no mercado, a educação do Sesc RN rapidamente se adaptou e passou a oferecer aulas no formato híbrido, além de ações sociais como doação de cestas básicas e kits escolares para os familiares dos alunos.

A nutrição e assistência foram áreas que estiveram atuantes em todo o período de pandemia com produtos essenciais a preços acessíveis, além de doações sistemáticas a população carente do Rio Grande do Norte.

Para o ano, a Instituição busca reforçar sua atuação no mercado e principalmente apresentar os benefícios do Sesc para seu público prioritário e toda a população norteriograndense. As empresas do comércio de bens, serviços e turismo precisam compreender que a Instituição é mantida por meio das contribuições recolhidas dos funcionários das empresas destes segmentos.

1.3 Senac

O Senac RN é uma entidade privada, sem fins lucrativos, com finalidade pública, que compõe o Sistema Fecomércio RN. Presente no Rio Grande do Norte há mais de sete décadas, a entidade é reconhecida pela excelência na oferta de educação profissional. Sua atuação é dirigida pelos seguintes norteadores estratégicos:

Missão

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

Visão

Ser a instituição brasileira que oferece as melhores soluções em educação profissional, reconhecida pelas empresas.

Valores

Transparência, Inclusão Social, Excelência, Inovação, Atitude Empreendedora, Desenvolvimento Sustentável e Educação para Autonomia.

Atualmente, a Entidade dispõe de oito Centros de Educação Profissional, localizados nos Municípios de Assú, Caicó, Mossoró e Natal. Também conta com três unidades móveis nas áreas de "Beleza", "Turismo e Hospitalidade" e "Informática e Gestão".

O portfólio do Senac conta com cerca de 380 cursos, contemplando as áreas de Informação e Comunicação, Segurança, Turismo, Hospitalidade e Lazer, Ambiente e Saúde, Produção Cultural e Design, Gestão e Negócios, Beleza, Desenvolvimento Educacional e Social. Além disso, a Entidade oferece cursos livres, de graduação e pós-graduação à distância, por meio da Rede Nacional Senac EAD.

No eixo de Desenvolvimento Educacional e Social, destaca-se o segmento de Idiomas, onde são oferecidos cursos de Inglês, Espanhol, Italiano, Francês e Alemão. Somente nesta área, o Senac conta historicamente com uma média superior a 3.500 alunos por semestre.

Também é destaque o Hotel-escola Senac Barreira Roxa, unidade que atua como laboratório para as ações educacionais do segmento de Turismo, Hospitalidade e Lazer. O Hotel possui o Restaurante Navarro e o Bar Teófilo. Tais unidades possuem um forte cunho educacional, uma vez que servem como espaço de prática aos alunos, porém atuam como unidades de negócios que precisam gerar receita para serem sustentáveis economicamente.

Outro importante braço da atuação do Senac RN são seus programas de democratização de acesso à educação profissional:

Programa Senac de Gratuidade (PSG)

Oferece educação profissional gratuita para pessoas cuja renda familiar mensal *per capita* não ultrapasse dois salários mínimos. Pelo acordo celebrado, o Senac investe 67% de sua Receita Líquida de Contribuição no programa.

Programa de Aprendizagem Comercial Profissional

Oferece uma ampla grade de cursos gratuitos a jovens com idades entre 14 e 24 anos, que são encaminhados pelas empresas do setor.

Programa Senac Móvel

Unidades móveis nas áreas de "Beleza", "Turismo e Hotelaria" e "Informática e Gestão", que cruzam os municípios potiguares, levando infraestrutura pedagógica às cidades onde o Senac RN não possui estrutura física. Elas são equipadas com materiais específicos da área de formação, a fim de reproduzir internamente o ambiente real de trabalho.

Entre os Serviços para as empresas, elencamos:

Senac Empregabilidade

Serviço gratuito que tem como objetivo orientar e facilitar a troca de informações entre os empresas e ex-alunos da instituição. Por meio dele, alunos que concluíram cursos no Senac poderão ser selecionados por empresas que estão em busca de profissionais qualificados.

Atendimento Corporativo

Atuando por meio de consultorias, capacitação, palestras, workshops, eventos, treinamentos e cursos realizados dentro das próprias empresas ou em local sugerido, o atendimento corporativo do Senac RN apresenta soluções personalizadas de acordo com o perfil e necessidade de cada negócio. Atende organizações de natureza pública, privada ou não governamental.

Programa Senac de Segurança Alimentar

Direcionado a profissionais e empresas ligadas à produção, preparo e distribuição de alimentos de forma sustentável, combatendo desperdícios através de critérios higiênicos sanitários. Desenvolve consultorias, cursos, palestras, seminários, publicações e treinamentos especializados. Oferece o Programa Alimentos Seguros - PAS, através do qual promove consultorias e auditorias para empresas do segmento Mesa e Distribuição. Este programa certifica as empresas auditadas, garantindo a segurança e a qualidade dos alimentos produzidos e distribuídos. O selo PAS amplia a competitividade das empresas no mercado.

Parcerias

A Entidade também desenvolve diversas parcerias nacionais e internacionais, com foco no aperfeiçoamento de seus produtos e serviços, promovendo intercâmbio de conhecimentos e transferências de tecnologias.

São diversas ações com foco na implementação de novas tecnologias educacionais em sala de aula, tais como parcerias com empresas como *Microsoft*, Google, CISCO, *AutoDesk*, bem como o incentivo e preparação de alunos para participação em competições nacionais e internacionais no âmbito da educação profissional.

Além disso, a Instituição vem sendo reconhecida por meio de prêmios de excelência devido a suas boas práticas Educacionais e Gestão de Pessoas.

Cenário

No Rio Grande do Norte, Natal é o município com o volume de serviços ofertados e negócios realizados pela entidade. Entre os produtos, os cursos na área de Idiomas, Gastronomia e Beleza respondem pela maior fatia da receita comercial obtida. Atualmente, as áreas de Tecnologia da Informação e Gestão estão entre as que a entidade pretende focar, com ações diferenciadas, com o objetivo de ampliar sua participação de mercado.

Entre as principais transformações de mercado que impactam os negócios da entidade estão aquelas decorrentes da Revolução 4.0 e da Pandemia da Covid-19, que ampliaram as oportunidades para o ensino remoto e híbrido. No RN, o Senac tem atuado com aulas remotas ao vivo nos cursos em que essa modalidade é aplicável, mantendo sua operação em período de proibição de aulas presenciais.

Nesse sentido, o ensino flexível (com aulas presenciais e parte da carga horária dos cursos na modalidade a distância) é um dos objetivos da entidade no ano de 2022. Reforçar produtos nas

áreas de TI e Comércio, aproximando a entidade desses públicos é um dos desafios, juntamente com o posicionamento de forma competitiva do Restaurante Navarro – localizado no Hotel-Escola Senac Barreira Roxa.

Dada a visibilidade do Sesc e do Senac, relevância de suas atuações no país e tradição, torna-se cada vez mais necessário aprimorar os mecanismos de transparência institucional para apresentar à sociedade os resultados, vantagens, ganhos e retornos trazidos pelas ações dos Serviços Autônomos do Comércio. Isso fica claro se considerarmos que ambas as instituições sobrevivem de contribuições compulsórias recolhidas diretamente sobre a folha de pagamentos dos funcionários das empresas do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (1% para o Senac e 1,5% para o Sesc).

2. DESAFIO DE COMUNICAÇÃO DO SESC E SENAC.

Reposicionar a comunicação mercadológica do Senac e Sesc Rio Grande do Norte, por meio da criação de uma campanha, que trabalhe a partir de uma visão de Comunicação 360 graus, com uma linguagem visual moderna e argumentos criativos inovadores, apresentando as instituições como entidades que atuam na vanguarda da educação profissional e qualidade de vida da população, projetando seus alunos e associados para o atingimento de metas e sonhos.

Ambas as entidades possuem públicos de interesse bastante diversificados, desde o trabalhador do comércio e do turismo, passando por empresários, formadores de opinião e autoridades políticas. Gerenciar a imagem, transmitindo uma identidade homogênea, com a linguagem adequada para cada um desses stakeholders é um dos desafios comuns de comunicação das organizações.

Para o Senac e Sesc, de forma adicional, há o desafio de um planejamento de comunicação que tenha Inbound marketing e estratégias de SEO (Search Engine Optimization) como pilares de sua atuação, permitindo às Instituições desenvolver novos canais de aquisição de clientes e, consequentemente, de geração de vendas e concretizar sua marca como referência em serviços de qualidade com valores subsidiados.

2.1 Peças da campanha:

a) Quantidade: de 6 a 10 peças publicitárias.

b) Escolher dentre os meios abaixo:
- TV;
- Rádio;
- Jornal impresso;
- Mídia exterior;
- Internet;
- Material impresso diferenciado;
- Ação diferenciada junto ao público de interesse.

c) Os meios deverão ser escolhidos de acordo com a estratégia pensada para a campanha, porém, é obrigatório o uso de no mínimo 4 meios citados no item b.

3. OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO.

Desenvolver uma campanha “guarda-chuva”, que seja aplicável para cada uma das organizações em suas características particulares de atuação, bem como que apresente de forma harmonizada as entidades como componentes de um mesmo sistema.
Desenvolver novos canais de aquisição de clientes, resultando em incremento de vendas de produtos e serviços.

4. PÚBLICOS-ALVO.

- Jovens estudantes;
- Trabalhadores do Setor do Comércio de Bens, Serviços e Turismo;
- Empresários do Setor do Comércio de Bens, Serviços e Turismo;
- Homens e mulheres: de 04 aos 90 anos;
- Classes A a E – usuários Senac e Sesc;
- Classes A/B – empresários do Setor do Comércios de Bens, serviços e Turismo;
- Turismo, integrantes dos Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário federais e formadores de opinião.

5. PRAÇAS.

Rio Grande do Norte, com ênfase nas cidades de Assú, Caicó, Currais Novos, Natal, Macaíba, Mossoró, Nova Cruz e São Paulo do Potengi.

6. PERÍODO.

Dois meses (junho e julho).

7. VERBA DE BRIEFING.

Verba prevista para campanha: R$ 350.000,00

8. SUBSÍDIOS PARA O EXERCÍCIO CRIATIVO (PESQUISAS E OUTRAS INFORMAÇÕES)

- Sites e instagram do Sesc (www.sescrn.com.br - @sescrn) e Senac (www.rn.senac.br – @senacrn)

9. OBSERVAÇÕES.

Os licitantes terão total liberdade de escolha dos temas e das mídias, devendo apenas observar o limite de verba previsto de R$ 350.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais).

ANEXO II – TERMO DE REFERÊNCIA

1. OBJETO DA CONTRATAÇÃO

O objeto da presente contratação é a prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de bens ou serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar os públicos-alvo dos Contratantes.

2. JUSTIFICATIVA

A contratação possui natureza estratégica e de fundamental importância à propaganda institucional do Sesc e Senac, bem como às ações de natureza mercadológica para oferta dos seus portfólios e prospecção de clientes, através de ações de comunicação 360º.

O objetivo principal da união do Sesc e Senac elaborando apenas uma licitação para agência de publicidade, é realizar uma ampla campanha de comunicação institucional conjunta entre Sesc e Senac, reafirmando as qualidades das duas Instituições, enfatizando suas entregas e diferenciais, além da sinergia entre ambas e suas particularidades, inclusive como elementos propulsores do desenvolvimento social e econômico do Rio Grande do Norte, comunicando a toda a sociedade e, em especial, aos públicos estratégicos a transformação ocorrida no Estado resultante das ações desenvolvidas.

Diante das mudanças de mercado e de perfil dos consumidores, sobretudo com as inovações tecnológicas e fortalecimento das redes sociais como canais de mídia e marketing, a contratação dos serviços de publicidade configura-se como uma ferramenta fundamental de divulgação institucional com o objetivo principal de reforçar as marcas perante aos diversos públicos de interesse e consolida-las como referência em suas áreas de atuação diante dos desafios de mercado apresentados.

3. VERBA DE CONTRATO.

Para o desenvolvimento das ações previstas nesta contratação, o **Senac RN** planejou uma verba anual de R$ 1.000.000,00 (um milhão de reais), considerando a seguinte divisão:

- **Campanha de Portfólio –** R$ 550.000,00 (quinhentos e cinquenta mil reais), compreendendo ações para promoção e divulgação de produtos e serviços, com o objetivo de dar visibilidade ao portfólio do Senac RN, prospecção de clientes, captação de leads e realização de negócios para atingimento das metas da entidade;

- **Campanha Institucional** – R$ 300.000,00 (trezentos mil reais), a serem investidos em iniciativas de reforço de marca, destacando o compromisso social do Senac RN e ações desenvolvidas com foco na democratização do acesso à educação profissional, bem como em ações de *employer branding* e divulgação de parcerias e projetos estratégicos;

- **Campanha Hotel-Escola Senac Barreira Roxa –** R$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais), para promoção e divulgação dos serviços ofertados por meio do Hotel-Escola, considerando os segmentos de Hospedagem, Alimentos e Bebidas e Eventos, com o objetivo de realização de negócios para atingimento das metas da unidade de negócio.

Buscando fortalecer a imagem institucional, o **Sesc RN** planejou a verba anual de R$ 1.000.000,00 (um milhão de reais), seguindo a seguinte divisão:

- **Campanha de Portfólio dos produtos e serviços –** R$ 500.000,00 (quinhentos mil reais), compreendendo ações para promoção e divulgação de produtos e serviços, com o objetivo de dar visibilidade ao portfólio do Sesc RN, captar e fidelizar os clientes, buscando atingir as metas de produção estabelecidas para o ano;

- **Campanha Institucional** – R$ 500.000,00 (quinhentos mil reais), serão investidos em ações que reforcem a atuação da instituição, em consonância com a sua missão de promover ações socioeducativas que contribuam para o bem estar social e a qualidade de vida dos trabalhadores do comércio de bens, serviços e turismo, de seus familiares e da comunidade, para uma sociedade justa e democrática;

4. MODALIDADE E TIPO DE LICITAÇÃO

A modalidade de licitação será concorrência, do tipo técnica e preço, nos termos da Resolução Senac nº 958/2012 e Resolução Sesc nº 1.252/2012, e considerando o gênero do serviço, tendo em vista, inclusive, que a técnica para esse tipo de contratação prepondera em relação ao preço. Em outras palavras, a situação da qualidade técnica afetará na satisfação do interesse das Administrações, tendo como critério decisivo a criatividade. Para o Sesc e Senac, ante a conjuntura econômica, é importante, também, uma avaliação da relação custo-benefício entre a elevação da qualidade e o preço a ser pago sendo, por essa razão o tipo adotado 9técnica e preço), primando pela escolha da proposta mais vantajosa ao interesse público.

5. ESCOPO DOS SERVIÇOS

5.1 Valor global estimado.

5.1.1 O valor estimado para a contratação do objeto desta licitação é de **R$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais)** anual, sendo **R$ 1.000.000,00 (um milhão de reais)**, relativo ao Senac e **R$ 1.000.000,00 (um milhão de reais)**, relativo ao Sesc.

5.1.2 O valor descrito no item acima poderá ser revisto, nos casos de alteração na política econômica e/ou de revisão no orçamento dos Contratantes.

5.1.3 A estimativa de **R$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais)** constitui-se mera previsão anual, não estando os Contratantes obrigados a realizá-la em sua totalidade e não cabendo à Contratada o direito de pleitear qualquer tipo de reparação.

5.2 Os serviços de publicidade e propaganda acima mencionados compreenderão:

5.2.1 Estudo do conceito, ideia, produto, marca ou serviço a difundir, incluindo a identificação e análise de suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas aos seus públicos e, quando for o caso, ao seu mercado e à sua concorrência;

5.2.2 Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado onde o conceito, ideia, marca, produto ou serviço encontre melhor possibilidade de assimilação; Identificação e análise das ideias, marcas, produtos ou serviços concorrentes;

5.2.3 Exame do sistema de distribuição e comercialização, incluindo a identificação e análise das suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas ao público, ao mercado e à concorrência;

5.2.4 Prospecção, concepção, planejamento, execução e distribuição de campanhas e peças publicitárias e de relacionamento;

5.2.5 Serviços de planejamento, acompanhamento, avaliação, criação, produção, publicação e gestão de conteúdo para canais digitais internos e externos e redes sociais;

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

5.2.7 Execução do plano publicitário, incluindo orçamento e realização das peças publicitárias (produção) e a compra, distribuição e controle da publicidade nos veículos contratados (execução de mídia), e no pagamento das faturas;

5.2.8 Prospecção, concepção, planejamento, execução, distribuição e controle de veiculação de programas e campanhas publicitárias institucionais e mercadológicas para os produtos e serviços;

5.2.9 Controle das inserções publicitárias, sem ônus para o Sesc e Senac nos veículos de divulgação, tais como: jornal impresso, jornal on-line, programas de TV, programas de rádio, entre outros.

5.2.10 Também farão parte deste objeto a elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual.

5.2.11 Os serviços afetos à concepção e criação das ações de publicidade não poderão ser objeto de subcontratação.

5.2.12 A agência também deverá absorver os custos dos serviços internos e/ou externos de pesquisas regulares de imagem institucional, audiência, auditoria de circulação e controle de mídia, disponíveis no mercado, necessários à prestação de serviços de controle da verba do anunciante.

5.2.13 A agência de publicidade Contratada atenderá às demandas por serviços de publicidade do Sesc e Senac, no Estado do Rio Grande do Norte, com demandas por campanhas institucionais, conforme descrito neste Termo de Referência.

5.2.14 A agência, conforme demanda do(s) Contratante(s),deverá dispor e utilizar de ferramentas de controle de mídia, podendo haver a subcontratação desses serviços em atendimento às

solicitações do Sesc e Senac sem ônus para a(s) Instituição(ões). A contratada deverá fazer uso das seguintes ferramentas de controle de mídia ou ferramentas equivalentes, desde que garantam o mesmo resultado para o Sesc e Senac:

- Easy Media;
- Media Workstation;
- Audiência TV Aberta/Fechada;
- Planview;
- TGI;
- Monitor Evolution;
- Checking;
- Ibope NetRatings;
- AdSystem;
- IVC;
- Mlabs;
- Scup ou Buzzmonitor.

5.2.15A agência Contratada só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e por ordem do Sesc e Senac, se previamente os identificar e tiver sido por ele expressamente autorizada.

6. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA.

6.1 A empresa vencedora fica, desde já, ciente, de que durante a vigência do Contrato as condições de habilitação exigidas no Edital deverão ser mantidas, podendo o Sesc e Senac solicitar periodicamente documentos que atestem a referida condição;

6.2 No prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados da convocação, apresentar a garantia e documentação exigida e assinar o Contrato, ocasião em que poderá ser conferida a regularidade fiscal;

6.3 Cumprir fielmente o contrato, nos termos da minuta anexa;

6.4 Emitir nota fiscal com o mesmo número de CNPJ contido na proposta comercial;

6.5 Manter estrutura administrativa operacional que garanta a ininterrupta execução dos serviços e o pleno cumprimento das obrigações;

6.6 Responsabilizar-se pelos custos de transporte de seus funcionários e outras despesas inerentes a execução do contrato;

6.7 Prestar esclarecimentos sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação;

6.8 Fornecer endereço postal, eletrônico, contatos telefônicos e relação dos nomes dos funcionários que irão executar os serviços para o Sesc e Senac**.**

7. DOS CRITÉRIOS E PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA.

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

QUESITOS		SUBQUESITOS
5.	**Plano de Comunicação Publicitária**	Raciocínio Básico
		Estratégia de Comunicação Publicitária
		Ideia Criativa
		Estratégia de Mídia e Não Mídia
6.	**Capacidade de Atendimento**	Clientes
		Profissionais
		Infraestrutura
		Sistemática de Atendimento
		Informações de Marketing
7.	**Repertório**	
8.	**Relatos de Soluções e Problemas de Comunicação**	

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

7.2 **QUESITO 1 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada:** para sua apresentação, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

a) em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
b) capa e contracapa em papel A4, branco, com 75 gr/m2, ambas em branco;
c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2, orientação retrato, observado o disposto na alínea “c” do subitem 6.2.2 deste documento;
d) espaçamentos de 3cm na margem esquerda e 2cm na direita, a partir das respectivas bordas. Não há padrões exigidos para margens superior e inferior;
e) títulos, entre títulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
f) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entre títulos e entre parágrafos;
g) alinhamento justificado do texto;
h) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos, observados os subitens 7.2.1, 72.2 e 7.2.3 deste documento;
i) numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos; e
j) sem identificação da licitante.

7.2.1 As especificações do subitem 7.2 não se aplicam às peças de que trata a alínea “b” do subitem 7.3.3 e à indicação prevista no subitem 7.3.3.3.6 deste documento;

7.2.2 Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos, quadros, tabelas ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

a) poderão ser editados em cores;
b) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho de 8 a 12 pontos;
c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:

- apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 7.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 2 (duas) páginas de papel A4;
- impressas na orientação paisagem.

7.2.3 Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

a) ser editados em cores;
b) ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;
c) ter qualquer tipo de formatação de margem; e d) ser apresentados em papel A3 dobrado.

7.2.3.1 As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesito poderão ser impressas na orientação paisagem.

7.2.4 Os exemplos de peças integrantes do subquesito Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno de que trata a alínea “a” do subitem 7.2 deste documento.

7.2.4.1 Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto em Edital, no que se refere as orientações para entrega da Proposta Técnica e seus respectivos invólucros.

7.2.5 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação que permita, inequivocamente, a identificação de sua autoria, antes da abertura do Invólucro nº 2.

7.2.6 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista na alínea “a” do subitem 6.3.3 deste documento estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas.

7.2.7 Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem especialmente para o disposto em Edital, no que se refere as orientações para entrega da Proposta Técnica e seus respectivos invólucros;

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

7.2.9 Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquesitos. Essas páginas não serão computadas no limite de página previsto no subitem 7.2.6 e devem seguir as especificações do subitem 7.2, todos deste documento no que couber.

7.3 A licitante deverá apresentar o **Plano de Comunicação Publicitária com base no Briefing (Anexo I)**, observadas as seguintes orientações:

7.3.1 **Subquesito 1 – Raciocínio Básico** – apresentação em que a licitante descreverá:

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

7.3.2 **Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Publicitária** – apresentação e defesa da Estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no Briefing, compreendendo:

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

7.3.3 **Subquesito 3 – Ideia Criativa** – apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:

a) relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição sucinta de cada uma; e
b) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julgar mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 7.3.3.3 deste documento.

7.3.3.1 A descrição mencionada na alínea “a” do subitem 7.3.3 está circunscrita à especificação de cada peça publicitária e à explicitação de sua finalidade e de suas funções táticas na campanha proposta;

7.3.3.2 Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no subitem 7.3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea “a” do subitem 7.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.

7.3.3.3 Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea “b” do subitem 7.3.3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

a) roteiro, layout ou storyboard impressos, para qualquer meio;
b) ‘monstro’ ou layout eletrônico, para o meio rádio;
c) storyboard animado ou animatic, para os meios TV, cinema e internet; e
d) ‘boneca’ ou layout montado dos materiais de não mídia.

7.3.3.3.1 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou *passepartout*, observado o disposto no subitem 7.2.4 deste documento. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas;

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

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

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

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

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

7.3.3.3.6 Para facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista na alínea "a"' do subitem 7.3.3 deste documento, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, banner internet).

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

g) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
h) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
i) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, banner de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como outdoor, envelopamento de veículo, adesivagem de finger, entre outros), será considerada 1 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;
j) um hotsite e todas as suas páginas serão considerados 1 (uma) peça;
k) um filme e o hotsite que o hospeda serão considerados 2 (duas) peças; e
l) um banner de internet e o *hot site* por ele direcionado serão considerados 2 (duas) peças.

7.3.3.4.1 Na apresentação de proposta de hotsite a que se refere a alínea "d" do subitem 6.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

7.3.4 **Subquesito 4 – Estratégia de Mídia e Não Mídia** – constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, contemplando:

a) estratégia de mídia: proposição e defesa dos meios, das formas inovadoras de comunicação publicitária e dos recursos próprios de comunicação do Sesc e Senac a serem

utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;
b) tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos e demais meios de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;
c) plano de mídia: composto por planilhas de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos e demais meios de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a licitante considerar relevantes;
d) plano de novas formas de publicidade digital: composto por planilhas com a indicação de uso de formas inovadoras de comunicação publicitária, informando fornecedor, valor a ser aplicado e indicadores-chave de performance (KPI); e
e) simulação: dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia e/ou de novas formas de publicidade digital (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.

7.3.4.1 Todas as peças publicitárias, que integrarem a relação prevista na alínea “a” do subitem 6.3.3, deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

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

a) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;
b) as quantidades de inserções das peças em veículos e demais meios de divulgação;
c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos e demais meios de divulgação, separadamente por meios;
d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos e demais meios de divulgação;
e) as quantidades a serem produzidas de cada peça publicitária de não mídia;
f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça publicitária de não mídia;
g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária de não mídia; e
h) os valores (absolutos e percentuais) alocados no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.

7.3.4.3 Nessa simulação:

a) os preços das inserções em veículos de comunicação e divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
b) não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabela de preços;
c) deverá ser informado o montante de investimento proposto pela licitante, no âmbito de sua estratégia, a ser utilizado com formas inovadoras de comunicação publicitária, para alcance dos objetivos estabelecidos;

d) deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965; e
e) deverão ser desconsiderados os honorários sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

7.3.4.4 Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea "a" do subitem 7.3.4.3 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

7.4 **O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada** – deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, sem os exemplos de peças publicitárias da Ideia Criativa, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:

a) ter a identificação da licitante;
b) ser datado; e
c) estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

7.5 **QUESITO 2 – Capacidade de Atendimento:** a licitante deverá apresentar as informações relativas aos subquesitos que constituem esse quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

7.5.1 O caderno específico mencionado no subitem 7.5 não poderá apresentar informação que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que permita, inequivocamente, a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

7.6 A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar as seguintes informações para cada subquesito, abaixo discriminadas:

7.6.1 **Subquesito 1 – Clientes:** relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

7.6.2 **Subquesito 2 – Profissionais:** quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;

7.6.3 **Subquesito 3 – Infraestrutura:** infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição do Sesc e Senac para a execução do contrato;

7.6.4 **Subquesito 4 – Sistemática de Atendimento:** sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;

7.6.5 **Subquesito 5 – Informação de Marketing:** relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Sesc e Senac, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

7.7 **QUESITO 3 – Repertório:** a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem esse quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

7.7.1 Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que permita, inequivocamente, a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

7.8 O Repertório será constituído de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela licitante.

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

7.8.1.1 As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 1º de janeiro de 2018;

7.8.1.2 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pendrive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 6.7 deste ou ser apresentadas soltas;

7.8.1.3 As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 6.7 ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.

7.8.1.3.1 Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

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

7.8.3 As peças publicitárias não podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pelo Sesc e/ou Senac, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.

7.9 **QUESITO 4 – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:** a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem esse quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

7.9.1 Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que permita, inequivocamente, a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

7.10 A licitante deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 3 (três) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:

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

7.10.1 A validação de que trata a alínea "d" do subitem anterior, deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem 7.10. No documento de validação constará, além do ateste, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu telefone e e-mail de contato, seu cargo/função e sua assinatura.

7.10.2 Os Relatos de que trata o subitem 7.10 devem ter sido implementados a partir de 1º de janeiro de 2018.

7.10.3 É facultada a inclusão de até 3 (três) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:

a) as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pendrive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 6.9 deste documento ou ser apresentadas soltas;
b) as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 7.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formado, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais; e
c) para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

7.10.3.1 A ficha técnica de cada peça, observada a quantidade de peças estabelecida no subitem 7.10.3, não entrará no cômputo do limite de páginas estabelecido no subitem 7.10 para descrição do Relato.

8. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS.

8.1 A Subcomissão Técnica analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste documento.

14.14 Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou subquesito:

14.14.1 **QUESITO 1 – Plano de Comunicação Publicitária**

14.14.1.1 **Subquesito 1 – Raciocínio Básico:**

a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do Sesc e Senac e do contexto de sua atuação, no âmbito do Estado do Rio Grande do Norte;
b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas; e
c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

14.14.1.2 **Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Publicitária:**

a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do Sesc e Senac, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;
b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;
c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do Sesc e Senac com seus públicos;
d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;
e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o Sesc e Senac, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing; e
f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.

14.14.1.3 **Subquesito 3 – Ideia Criativa:**

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

14.14.1.4 Subquesito 4 – Estratégia de Mídia e Não Mídia:

a) adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

b) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e dos planos de mídia e/ou de novas formas de publicidade digital;
c) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;
d) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do Sesc e Senac e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia; e
e) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

14.14.2 **QUESITO 2 – Capacidade de Atendimento:**

14.14.2.1 **Subquesito 1 – Clientes:** o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;

14.14.2.2 **Subquesito 2 – Profissionais:** a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do Sesc e Senac;

14.14.2.3 **Subquesito 3 – Infraestrutura:** a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do Sesc e Senac na execução do contrato;

14.14.2.4 **Subquesito 4 – Sistemática de Atendimento:** a funcionalidade do relacionamento operacional entre o Sesc e Senac e a licitante; e

14.14.2.5 **Subquesito 5 – Informação de Marketing:** a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do Sesc e Senac.

14.14.3 **QUESITO 3 – Repertório:**

a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;
b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo; e
c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.

14.14.4 **QUESITO 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:**

a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;
b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;
c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos; e
d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.

14.15 A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia disposta a seguir:

14.15.1 Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito, a Subcomissão Técnica realizará um exame comparativo entre as propostas apresentadas pelas licitantes e a gradação das pontuações atribuídas refletirá o maior ou menor grau de adequação de cada proposta, aos critérios de julgamento técnico estabelecidos no item 8 deste documento.

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

QUESITOS E SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. **Plano de Comunicação Publicitária**	**65**
Raciocínio Básico	10
Estratégia de Comunicação Publicitária	20
Ideia Criativa	20
Estratégia de Mídia e Não Mídia	15
2. Capacidade de Atendimento	**15**
Clientes	3
Profissionais	6
Infraestrutura	2
Sistema de Atendimento	1
Informações de Marketing	3
3. Repertório	**10**
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	**10**
PONTUAÇÃO TOTAL	**100**

14.15.2.1 Se a licitante apresentar quantidades inferiores às estabelecidas nos subitens 7.8.1 e 7.10 para o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, suapontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, a ser obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas no subitem 8.3.2 deste documento.

14.15.3 A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos pelos membros da Subcomissão Técnica, considerada uma casa decimal.

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

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

14.16 Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrerem qualquer uma das situações abaixo descritas:

a) apresentar informação que permita, inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2; ou
b) não alcançar, no total, 75 (setenta e cinco) pontos; ou
c) obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

14.16.1 Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do presente documento.

14.17 A pontuação final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos 4 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento; Repertório; e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

14.18 Se houver empate que impossibilite a identificação automática das 4 (quatro) licitantes mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica, serão consideradas as licitantes que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação.

14.18.1 Persistindo o empate, serão consideradas mais bem classificadas as licitantes que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos subquesitos Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, do quesito Plano de Comunicação Publicitária.

14.18.2 Se, ainda assim, persistir o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria Sessão ou em ato público marcado pela Comissão Especial de Licitação, cuja data será divulgada na forma do Edital e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

9. DOS CRITÉRIOS E PONTUAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS.

14.19 A Proposta de Preços da licitante deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços disponibilizada no Edital de Licitação e apresentada em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

14.20 Os quesitos a serem valorados pelas licitantes são os seguintes itens, ressalvado que não será aceito, sob pena de desclassificação:

a) Desconto inferior a 30%, a ser concedido à anunciante, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Norte;

b) Honorários superiores a 5% (cinco por cento), a serem cobrados da anunciante, 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) Os honorários superiores a 5%, a serem cobrados da anunciante, incidentes sobre os preços dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas invovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

d) Os honorários superiores a 15%, a serem cobrados da anunciante, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça ou material cuja distribuição não proporcione a esta licitante o desconto de agencia concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965 (vincula-se a serviços gráficos e outros não previstos nos itens anteriores, permitidos pela legislação).

14.21 Os quesitos a serem valorados integram a Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, são os seguintes:

Desconto/Honorários	Pontos (P)
e) Percentual de desconto, a ser concedido ao Sesc e/ou Senac, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela referencial de preços vigente do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Norte	P1 = 0,1 x Desconto
f) Percentual de honorários, a serem cobrados do Sesc e/ou Senac, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;	P2 = 3,0 x Desconto
g) Percentual de honorários, a serem cobrados do Sesc e/ou Senac, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;	P3 = 3,0 x (0,0 – Honorários)
h) honorários, a serem cobrados do Sesc e/ou Senac, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione a esta licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965 (vincula-se aos serviços gráficos e outros não previstos nos itens anteriores).	P4 = 4,0 x (0,0 – Honorários)

14.22 A licitante deverá elaborar declaração na qual:

14.22.1 Estabelecerá os percentuais a serem pagos pelo Sesc e Senac aos detentores dos direitos patrimoniais sobre:

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

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

14.22.2 Comprometer-se-á a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo ao Sesc e ao Senac as vantagens obtidas.

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

14.23 O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de, no mínimo, 90 (noventa) dias corridos, contados de sua apresentação. Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido neste item, a Comissão Especial de Licitação realizará com ela diligência como forma de prorrogar o referido prazo.

14.23.1 A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos invólucros com as Proposta de Preços ou antes do encerramento do certame será desclassificada.

14.24 A Proposta de Preços deverá conter a porcentagem, para execução do serviço objeto deste documento, incluindo, obrigatoriamente, todas as despesas, os impostos, encargos, taxas, mobilização, desmobilização, mão de obra direta, transportes e quaisquer outras despesas diretas e indiretas.

14.25 Na hipótese de discordância entre as porcentagens apresentadas, a cotação indicada por extenso prevalecerá sobre a numérica.

14.26 Caso haja o vencimento da validade da proposta sem que a licitação tenha sido homologada e adjudicada, esta fica automaticamente prorrogada, exceto se houver manifestação contrária formal da licitante, para o e-mail cpl@rn.senac.br, dirigida à Comissão de Licitação, caracterizando seu declínio em continuar na licitação.

14.27 Em nenhuma hipótese será concedido prazo adicional para apresentação da proposta de preços. A Comissão de Licitação tem o direito de exigir, a qualquer época ou oportunidade, documentos ou informações complementares que julgar necessários ao entendimento e comprovação dos documentos apresentados.

14.28 A não apresentação da proposta de preços escrita implicará em desclassificação da licitante.

14.29 Após a fase de análise dos documentos de habilitação, não cabe desistência da proposta de preço, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão de Licitação.

14.30 A nota de cada Proposta de Preços corresponderá à soma aritmética dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela. Portanto, a pontuação total representará a soma das quatro notas obtidas (P1, P2, P3 e P4), conforme fórmula abaixo:

$$P = P1 + P2 + P3 + P4$$

14.31 Se houver empate, será considerado como maior pontuação a proposta de preços que apresentar, sucessivamente:

14.31.1 O maior percentual de desconto sobre os custos internos dos serviços executados pelas licitantes;

14.31.2 O menor percentual de honorários referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material cuja a distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores;

14.31.3 O menor percentual de honorários incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias

14.31.4 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;

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

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

14.34 A atribuição da nota final será feita de acordo com o somatório da pontuação da proposta técnica multiplicada pelo peso 6 (seis), que será somado a pontuação da proposta de preços multiplicada pelo peso 4 (quatro), conforme fórmula abaixo:

$$NF = \frac{NT \times P1 + NP \times P2}{P1 + P2}$$

Onde:
NF = Nota Final
NT = Nota Técnica
NP = Nota de Preço
P1 = Peso atribuído para a Nota Técnica
P2 = Peso atribuído para a Nota de Preço

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

14.36 Havendo empate na pontuação final obtida pelas licitantes, adotar-se-á Proposta Técnica como critério de desempate, prevalecendo a de maior pontuação. Mantendo-se o empate, será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente nos quesitos correspondentes aos itens relacionados no subitem 8.13.

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

14.38 Será declarada vencedora a licitante que obtiver a maior Nota Final (Técnica e Preço).

9. LOCALIZAÇÃO DAS UNIDADES DO SESC E SENAC.

A Empresa deverá estar ciente da localização das Unidades Operativas do Sesc e do Senac no Rio Grande do Norte e de que durante a vigência do contrato outros endereços poderão ser indicados, de acordo com as necessidades:

SENAC RN	
UNIDADE	**ENDEREÇO**
Administração Regional	Avenida Marechal Floriano Peixoto, 295, Petrópolis, Natal/RN – CEP: 59020-500.
Senac Centro	Avenida Marechal Floriano Peixoto, 295, Petrópolis, Natal/RN – CEP: 59020-500.
Senac Alecrim	Av. Alexandrino de Alencar, nº 556, Alecrim, Natal/RN.
Senac Zona Sul	Av. Ayrton Senna, nº 1380, Neópolis, Natal/RN.
Senac Zona Norte	Travessa Macaé, nº 2875, Potengi, Natal/RN.
Senac Barreira Roxa	Av. Senador Dinarte Mariz, nº 4020, Parque das Dunas, Natal/RN.
Senac Mossoró	Rua Doutor João Marcelino, nº 867, Nova Betânia, Mossoró/RN.
Senac Assú	Rua 24 de Junho, nº 1092, Centro, Assu/RN.
Senac Caicó	Rua Renato Dantas, 543 – Centro, Caicó – CEP: 59300-000.
Hotel-escola Senac Barreira Roxa	Av. Senador Dinarte Mariz, nº 4020, Parque das Dunas, Natal/RN.

SESC RN	
UNIDADE	**ENDEREÇO**
Sesc Administração Regional	Rua Coronel Bezerra, nº 33, Cidade Alta, Natal/RN.
Sesc Odontologia Tirol	Av. Campos Sales, nº 671, Tirol, Natal/RN.
Sesc Rio Branco	Av. Rio Branco, nº 375, Centro, Natal/RN.
Sesc Zona Norte	Rua Paranduva, S/N, Conjunto Santa Catarina, Natal/RN.
Sesc Potilândia	Avenida Senador Salgado Filho, S/N. Potilândia, Natal/RN
Sesc Mossoró	Endereço: Rua Dr. João Marcelino, S/N, Nova Betânia, Mossoró/RN
Sesc Macaíba	Rua Professor Caetano, nº. 310, Centro, Macaíba/RN.
Sesc Caicó	Rua Washington Luiz, nº. 55, Boa Passagem, Caicó/RN.
Sesc Ler Nova Cruz	Rua Severino Nunes, nº. 55. Frei Damião, Nova Cruz/RN.
Sesc Ler São Paulo do Potengi	Avenida Ouro Branco, nº. 297, Novo Juremal, São Paulo do Potengi/RN.

10. DA VIGÊNCIA

O prazo de contratação será de **12 (doze) meses**, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos, até o limite de 60 (sessenta) meses, pois a Administração objetiva valer-se dos ganhos dos princípios da escala, segundo o qual a obtenção de preços e condições mais vantajosas aos beneficiários e à própria Administração será tanto maior quanto maior for o montante contratado, como também ao da economicidade, que garante menores gastos com procedimentos burocráticos repetidos ao longo desse período.

Natal, RN, 24 de maio de 2021.

LIDIANE PATRÍCIA BEZERRA DA SILVA
Sesc-AR/RN

LUANA BATISTA DA SILVA SANTOS
Senac-AR/RN

ANEXO III
LOCALIZAÇÕES DAS UNIDADES SENAC E SESC NO ESTADO

Declaro ter ciência da localização e demais dados abaixo das Unidades Operativas do Sesc e dos Centros de Educação Profissional Senac e Administrações Regionais no Estado do Rio Grande do Norte e de que, durante a vigência do Contrato, outros endereços poderão ser indicados, de acordo com as necessidades.

SENAC RN	
UNIDADE	**ENDEREÇO**
Administração Regional	Avenida Marechal Floriano Peixoto, 295, Petrópolis, Natal/RN – CEP: 59020-500.
Senac Centro	Avenida Marechal Floriano Peixoto, 295, Petrópolis, Natal/RN – CEP: 59020-500.
Senac Alecrim	Av. Alexandrino de Alencar, nº 556, Alecrim, Natal/RN.
Senac Zona Sul	Av. Ayrton Senna, nº 1380, Neópolis, Natal/RN.
Senac Zona Norte	Travessa Macaé, nº 2875, Potengi, Natal/RN.
Senac Barreira Roxa	Av. Senador Dinarte Mariz, nº 4020, Parque das Dunas, Natal/RN.
Senac Mossoró	Rua Doutor João Marcelino, nº 867, Nova Betânia, Mossoró/RN.
Senac Assú	Rua 24 de Junho, nº 1092, Centro, Assu/RN.
Senac Caicó	Rua Renato Dantas, 543 – Centro, Caicó – CEP: 59300-000.
Hotel-escola Senac Barreira Roxa	Av. Senador Dinarte Mariz, nº 4020, Parque das Dunas, Natal/RN.

SESC RN	
UNIDADE	**ENDEREÇO**
Sesc Administração Regional	Rua Coronel Bezerra, nº 33, Cidade Alta, Natal/RN.
Sesc Odontologia Tirol	Av. Campos Sales, nº 671, Tirol, Natal/RN.
Sesc Rio Branco	Av. Rio Branco, nº 375, Centro, Natal/RN.
Sesc Zona Norte	Rua Paranduva, S/N, Conjunto Santa Catarina, Natal/RN.
Sesc Potilândia	Avenida Senador Salgado Filho, S/N. Potilândia, Natal/RN
Sesc Mossoró	Endereço: Rua Dr. João Marcelino, S/N, Nova Betânia, Mossoró/RN
Sesc Macaíba	Rua Professor Caetano, nº. 310, Centro, Macaíba/RN.
Sesc Caicó	Rua Washington Luiz, nº. 55, Boa Passagem, Caicó/RN.
Sesc Ler Nova Cruz	Rua Severino Nunes, nº. 55. Frei Damião, Nova Cruz/RN.
Sesc Ler São Paulo do Potengi	Avenida Ouro Branco, nº. 297, Novo Juremal, São Paulo do Potengi/RN.

Local/UF, ____ de _____ de 2021.

_____
(carimbo e assinatura do responsável)

OBSERVAÇÃO: *Este documento deverá ser preenchido em papel timbrado da empresa licitante e estar devidamente assinado por seu representante legal e ser entregue dentro do envelope contendo a documentação de HABILITAÇÃO.*

ANEXO IV
CRITÉRIOS DE PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

O **Sesc e Senac** estabeleceram os critérios de qualificação de fornecedores através dos parâmetros técnicos relacionados abaixo e esta pontuação, que será feita pela Subcomissão Técnica legalmente constituída, composta por profissionais devidamente qualificados, será com base nas informações entregues pela licitante.

A melhor **PROPOSTA TÉCNICA** será a que obtiver o maior número de pontos e for considerada apta, segundo os tópicos, valores possíveis e documentos que comprovem a capacidade técnica, conforme solicitado detalhadamente no edital e consta resumidamente abaixo:

QUESITOS E SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. **Plano de Comunicação Publicitária**	**65**
Raciocínio Básico	10
Estratégia de Comunicação Publicitária	20
Ideia Criativa	20
Estratégia de Mídia e Não Mídia	15
2. Capacidade de Atendimento	**15**
Clientes	3
Profissionais	6
Infraestrutura	2
Sistema de Atendimento	1
Informações de Marketing	3
3. Repertório	**10**
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	**10**
PONTUAÇÃO TOTAL	**100**

ANEXO V
PROPOSTA COMERCIAL
PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS À VALORAÇÃO

A empresa _____ com sede na _____, inscrita no CNPJ/MF sob o nº _____ vem apresentar sua proposta comercial para prestação de serviços de publicidade compreendendo: realização de estudo, concepção, pesquisa, produção e veiculação de mídia, execução de ações promocionais, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas publicitárias de interesse do Sesc e Senac.

Também faz parte deste objeto a elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual.

Apresentamos a seguinte remuneração proposta por nossa empresa para a prestação dos serviços a serem prestados, conforme os itens abaixo:

Desconto/Honorários	
a) Percentual de desconto, a ser concedido ao Sesc e/ou Senac, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela referencial de preços vigente do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Norte	
b) Percentual de honorários, a serem cobrados do Sesc e/ou Senac, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;	
c) Percentual de honorários, a serem cobrados do Sesc e/ou Senac, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;	
d) honorários, a serem cobrados do Sesc e/ou Senac, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione a esta licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965 (vincula-se aos serviços gráficos e outros não previstos nos itens anteriores).	

Afirmamos que os valores referentes à veiculação seguem rigorosamente as regras estabelecidas pelo Conselho Executivo de Normas Padrão – CENP e Sindicato das Agências de Propaganda do Rio Grande do Norte – SINAPRO e nossa empresa segue todas as normas e regras que regulam a atividade de agência de publicidade.

Em relação à questão dos direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que viermos a produzir, concordamos e concedemos:

a) Para os direitos de autoria intelectual (criação, textos, produção, direção, trilha sonora original, arte-finalização e assemelhados), cessão definitiva ao Senac e ao Sesc dos direitos patrimoniais de uso.

b) Para os direitos de imagem (atores e modelos) e para os direitos de uso de obras artísticas preexistentes (ou de nossa reprodução), **licenciamento de uso** durante o prazo de 1 (um) ano contando a partir da veiculação da peça ou do término do contrato;

c) Para os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado e para as obras consagradas, incorporadas a peças, em relação ao valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente ajustado.

d) O percentual sobre os valores originalmente contratados a ser pago a autores de obras artísticas preexistentes, aproveitadas em peças publicitárias, na reutilização dessas peças por novos períodos iguais ao inicialmente pactuado será de ____% (_____ por cento) sobre o valor original.

Comprometemo-nos a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os valores dos cachês e os licenciamentos de uso de obras artísticas preexistentes, inclusos nesses orçamentos.

Comprometemo-nos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo ao Sesc e ao Senac as vantagens obtidas.

Arcaremos com o pagamento de todos os tributos e despesas com material e mão de obra decorrentes da prestação de serviços ao **Sesc e Senac** pertinentes a esta licitação, seja qual for a sua natureza, incluindo fretes, seguros, encargos sociais, trabalhistas, fiscais, ISS, despesas de viagem, locomoção, permanência, alimentação e quaisquer outras.

Informamos o(s) seguinte(s) endereço(s) eletrônico(s) (e-mail) de contato da empresa: _____

O prazo de validade da proposta é de 90 (noventa) dias.

Declaramos que lemos atentamente e concordamos com as cláusulas editalícias, inclusive as da minuta contratual.

Estamos cientes de que não nos caberá o direito de exigir qualquer multa ou indenização financeira caso o **Sesc e Senac** decida por não contratar nossa empresa, mas caso sejamos vencedores e assinarmos o contrato, segue dados da empresa para depósito dos valores a serem faturados pela prestação dos serviços.

NOME DO BANCO	NOME DA AGÊNCIA	Nº DA AGÊNCIA	Nº CONTA CORRENTE

Local/UF, ____ de _____ de 2021.

_____

(carimbo e assinatura do responsável)

OBSERVAÇÃO: *Este documento (Proposta Comercial) deverá ser preenchido em papel timbrado da empresa licitante e estar devidamente assinado por seu representante legal.*

ANEXO VI
MODELO DE CREDENCIAMENTO

PROCESSO Nº 280/2021-SENAC-AR/RN
CONCORRÊNCIA COMPARTILHADA Nº 001/2021-SESC-AR/RN-SENAC-AR/RN

CREDENCIAMENTO

Em atendimento ao disposto no Edital da Concorrência Compartilhada nº 001/2021-Sesc-AR/RN-Senac-AR/RN, credenciamos o Sr. ....., portador da Cédula de Identidade nº ..... e CPF/MF sob o nº ....., para que represente nossa empresa nesta licitação, com poderes plenos para prestar esclarecimentos, interpor recursos ou renunciar ao direito de interpô-los, *(se o outorgado puder assinar a ata, se vencedora, favor determinar tal poder neste documento)* e praticar tudo mais que seja necessário à participação de nossa empresa na licitação.

Local/UF, de de 2021.

_____
Nome e assinatura do responsável pela empresa

OBSERVAÇÃO:

Este documento deverá ser preenchido em papel timbrado da empresa licitante e estar devidamente assinado por seu representante legal para apresentação à Comissão de Licitação no ato do recebimento dos envelopes.

ANEXO VII
MINUTA DO CONTRATO

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

Contrato de prestação de serviços que, entre si, fazem o **SERVIÇO SOCIAL DO COMÉRCIO – ADMINISTRAÇÃO REGIONAL**, instituição de direito privado sem fins lucrativos, instituído pelo Decreto-Lei n. º 9.853, de 13 de setembro de 1946, com regulamento aprovado pelo Decreto Federal n.º 61.836, de 5 de dezembro de 1967, inscrito no CNPJ/MF sob o n.º , sediado na Praça do Estudante, nº s/n, Cidade Alta, Natal/RN, CEP 59025-085, neste ato representado pela sua Diretora Regional, , brasileira, casada, , inscrita no CPF/MF sob o nº , residente e domiciliada na cidade de Natal/RN; o **SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL – ADMINISTRAÇÃO REGIONAL**, instituição de direito privado sem fins lucrativos, instituído pelo Decreto-Lei n. º 8.621, de 10 de janeiro de 1946, com regulamento aprovado pelo Decreto Federal n. º 61.843, de 5 de dezembro de 1967, inscrito no CNPJ/MF sob o nº 03.640.285/0001-13, sediado na Rua Av. Mal. Floriano Peixoto, nº 295, Tirol, Natal/RN, CEP 59020-500, neste ato representado pelo seu Diretor Regional, , brasileiro, casado, Administrador, inscrito no CPF/MF sob o nº , residente e domiciliado em Natal/RN, doravante denominados **CONTRATANTES**, e, do outro lado, a Empresa , , inscrita no CNPJ/MF sob o nº , com endereço na , neste ato representada por , Sr. (a) , , , , inscrito (a) no CPF/MF sob o nº , residente e domiciliado (a) em , resolvem celebrar o presente contrato nos termos que dispõe a legislação aplicável à espécie e consoante às cláusulas e condições seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO.

1.1 O presente contrato tem por objeto a contratação de agência de publicidade e propaganda, conforme condições apresentadas pela CONTRATADA à Concorrência Compartilhada nº 001/2021-Sesc-AR/RN-Senac-AR/RN.

1.2 Também integram o objeto deste Contrato, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

a) ao planejamento estratégico da marca que compreende na execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os veículos de divulgação, os resultados das ações realizadas e demais conhecimentos relativos à execução do Contrato;

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

c) ao desenvolvimento do plano de comunicação publicitária, visando o alcance dos objetivos pretendidos e que a instituição obtenha o melhor retorno do seu investimento em publicidade, seja sob a forma de resultados imediatamente quantificáveis, seja pela agregação contínua de valor à sua marca, conceito ou ideia;

d) a produção e à execução técnica das peças e/ou materiais criados pela CONTRATADA;

e) a contratação de serviços internos e/ou externos de pesquisas regulares de audiência, auditoria de circulação e controle de mídia, disponíveis no mercado, correndo por conta da agência e necessários à prestação de serviços do(s) CONTRATANTE(S);

f) a produção de conteúdo, planejamento, monitoramento e elaboração de relatórios de canais de comunicação digitais ou offline; g) À produção de sites, hotsites, blogs, aplicativos e ações em ambientes digitais;

h) ao desenvolvimento e produção de materiais promocionais e/ou de comunicação que agreguem valor a marca; i) Ao desenvolvimento e operacionalização de ações de marketing de experiência;

j) a criação de obras protegidas por direitos autorais e conexos, incluindo peças, materiais e/ou campanhas publicitárias, que serão de titularidade do(s) CONTRATANTE(S), nos termos da Cláusula Nona abaixo.

1.3 A CONTRATADA atuará por ordem e conta do(s) CONTRATANTE(S), em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, de veículos de comunicação e divulgação para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.4 Cada CONTRATANTE poderá demandar os serviços da CONTRATADA separadamente.

CLÁUSULA SEGUNDA – DO PREÇO E FORMA DE PAGAMENTO.

2.1 Pela prestação dos serviços ora ajustados, a CONTRATADA será remunerada na forma da proposta comercial apresentada à Concorrência Compartilhada nº 001/2021-Sesc-AR/RN-Senac-AR/RN, que é parte integrante deste contrato.

2.1.1 Custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA, baseados na tabela referencial de preços vigente do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Norte: **% de desconto;**

2.1.2 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: **% de desconto;**

2.1.3 Serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: **% de desconto;**

2.1.4 Serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione a esta licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965 (vincula-se aos serviços gráficos e outros não previstos nos itens anteriores): **de honorários.**

2.2 O valor anual da contratação está estimado em R$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais), sendo **R$ 1.000.000,00 (um milhão de reais) para o Sesc-AR/RN** e **R$ 1.000.000,00 (um milhão de reais) para o Senac-AR/RN**, não estando obrigado(s) o(s) CONTRATANTE(S) a atingirem o valor mencionado.

2.3 O faturamento será efetuado ao Senac-AR/RN ou ao Sesc-AR/RN, separadamente, cabendo a cada Entidade liquidar e realizar o pagamento das faturas e notas fiscais relativa a execução dos serviços de cada Entidade, de acordo com o ateste dos serviços da fiscalização.

2.4 O pagamento será realizado mediante apresentação de Nota Fiscal/Fatura devidamente atestada pelo setor competente e acompanhada das certidões de regularidade fiscal e trabalhista.

2.4.1 O pagamento ficará condicionado à apresentação da Nota Fiscal/Fatura no período compreendido entre os dias 1º a 15 do mês subsequente à prestação do serviço/fornecimento.

2.4.2 O pagamento será realizado entre os dias 16 a 30 do mês subsequente à prestação do serviço/fornecimento, em até 10 (dez) dias, desde que obedecido o período estabelecido no item 2.1.1 para recebimento da Nota Fiscal/Fatura, que deverá vir acompanhada de boleto, se for o caso, ou dos dados bancários da Contratada para depósito.

2.5 Caso a Nota Fiscal/Fatura apresente alguma incorreção, esta será devolvida à CONTRATADA e o prazo de pagamento só começará a contar a partir da devolução do documento devidamente corrigido, sem quaisquer ônus adicionais para o Contratante.

2.6 Na remuneração estão incluídas todas as despesas com salários, encargos sociais, tributos, descontos, emolumentos, obrigações trabalhistas e previdenciárias, contribuições fiscais e parafiscais, administração, transportes, impostos, despesas diretas e indiretas em geral e demais condições de fornecimento necessárias em decorrência, direta e indireta, da execução do objeto deste contrato.

2.7 É vedado à CONTRATADA negociar os títulos de crédito emitidos contra o(s) CONTRATANTE(S), bem como a antecipação de pagamento de qualquer natureza.

2.8 Eventual reajuste dos serviços seguirá as alterações da Tabela do Sinapro do Estado do Rio Grande do Norte.

CLÁUSULA TERCEIRA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA.

3.1 Executar o objeto previsto na Cláusula Primeira de acordo com as condições estabelecidas neste instrumento e nas propostas técnica e comercial apresentadas à Concorrência Compartilhada nº 001/2021-Sesc-AR/RN-Senac-AR/RN.

3.2 Responsabilizar-se por quaisquer processos ou ações, judiciais ou administrativas, bem como por todos os danos, pessoais ou materiais, que seus profissionais ou prepostos causem ao(s) CONTRATANTE(S) ou a terceiro(s), durante a execução do serviço, decorrente de ação ou omissão, procedendo imediatamente aos reparos ou indenizações cabíveis e assumindo todos os ônus decorrentes.

3.3 Responsabilizar-se por todos os encargos de natureza trabalhista, social, previdenciária e/ou fiscal, relativos aos prepostos designados para realizar os serviços objetos do contrato, assumindo, em consequência, a condição de única empregadora, isentando o(s) CONTRATANTE(S), inclusive judicialmente, de qualquer responsabilidade quanto a estes.

3.4 Responsabilizar-se pelos danos causados diretamente ou indiretamente ao(s) CONTRATANTES ou a terceiro(s), em razão de ação ou omissão e decorrentes de culpa ou dolo, bem como de quem em seu nome agir ou omitir-se, quando a prestação do serviço objeto deste contrato, não excluindo ou reduzindo essa responsabilidade, quando da fiscalização ou o acompanhamento pelo(s) CONTRATANTE(S).

3.5 Responder civil e penalmente, por todos e quaisquer danos pessoais ou materiais causados por seus empregados e/ou prepostos ao(s) CONTRATANTE(S) e de terceiros, a título de culpa ou dolo devidamente comprovadas.

3.6 Prestar todos os esclarecimentos que forem solicitados pelo(s) CONTRATANTE(S), obrigando-se a atender, de imediato, todas as reclamações a respeito da qualidade dos serviços objeto do contrato.

3.7 Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolva(m) o(s) CONTRATANTE(S), sem a expressa autorização deste.

3.8 Obrigar-se a quaisquer pagamentos decorrentes de direitos autorais e direitos conexos, porventura devidos aos seus titulares ou representantes, pela utilização e reprodução dos textos, imagens e demais itens necessários ao cumprimento do objeto do presente contrato, ficando acordado que estão inclusas na quantia expressa no subitem 2.4 todas e quaisquer importâncias devidas a esse título.

3.9 Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes no subitem 9.5, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias do(s) CONTRATANTE(S).

3.10 Utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da Concorrência que deu origem a este ajuste, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal ao(s) CONTRATANTE(S).

3.11 Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir ao(s) CONTRATANTE(S) as vantagens obtidas.

3.11.1 Pertence(m) ao(s) CONTRATANTE(S) as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da CONTRATADA;

3.12 Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados ao(s) CONTRATANTE(S):

3.12.1 Fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;

3.12.2 Só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados, aptos a fornecer à CONTRATADA bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato;

3.12.3 Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

3.12.4 Exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;

3.12.5 A cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

3.12.6 Juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

3.13 Quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato, a CONTRATADA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do(s) CONTRATANTE(S).

3.13.1. O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a R$ 10.000,00 (dez mil reais) ficará dispensado do procedimento previsto no item 3.10.

3.14 O(s) CONTRATANTE(S) procederá(ão) à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado.

3.15 Se e quando julgar conveniente, o(s) CONTRATANTE(S) poderá (ão):

3.15.1 Supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato;

3.15.2 Realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

3.16 Caberá à CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de serviços especializados acerca das condições estabelecidas na Cláusula Nona para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

3.17 Submeter previamente à aprovação do(s) CONTRATANTE(S) todo o material produzido pela CONTRATADA. Fica vedado à CONTRATADA a utilização, divulgação, publicação, cessão de todo e qualquer material produzido sem a expressa autorização do(s) CONTRATANTE(S).

3.18 Disponibilizar os profissionais indicados no Edital, para execução dos serviços objeto do contrato, admitida a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovado pelo(s) CONTRATANTE(S). Todavia, a contratação não se limita aos perfis indicados no instrumento convocatório, podendo haver necessidade do envolvimento de outros perfis profissionais para execução do objeto.

3.19 Executar os serviços ora contratados, com pessoal especializado, previamente identificado e qualificado, juntoao(s) CONTRATANTE(S), responsabilizando-se por si e/ou prepostos por qualquer ação ou omissão que venha a causar prejuízos de qualquer natureza, ao(s) CONTRATANTE(S) ou à terceiros.

3.19.1 Indicar responsável da conta que representará a CONTRATADA perante o(s) CONTRATANTE(S) em todos os assuntos relativos a parte técnica do trabalho, como desenvolvimento e qualidade da peça, material e/ou campanha publicitária, e aos assuntos administrativos relativos à execução das atividades e vigência do contrato.

3.19.2 A substituição do responsável da conta, por iniciativa da CONTRATADA, deverá ser comunicada e validada, previamente, por escrito, pelo(s) CONTRATANTE(S). A CONTRATADA deverá indicar como substituto profissional com perfil igual ou superior ao substituído, sem impacto nos prazos ou custos pactuados.

3.20 Responsabilizar-se integralmente pela imediata substituição dos empregados envolvidos na prestação de serviços, caso seja necessário, a fim de que não seja prejudicada a realização dos serviços contratados, nos casos de solicitação feita pelas CONTRATANTE(S), em razão do afastamento por falta, férias, descanso semanal, licença, demissão e outros da espécie, obedecidas as disposições da legislação trabalhista vigente.

3.21 Acompanhar e fiscalizar junto aos veículos de comunicação o cumprimento da veiculação publicitária que lhe foi incumbida, com uso de instrumentos de monitoramento.

3.22 Para a perfeita execução dos serviços referidos na especificação/descritivo, a CONTRATADA se obriga, sob as responsabilidades legais vigentes, a prestar toda assistência técnica e administrativa necessárias, exercendo rigoroso controle de qualidade sobre os serviços, sem prejuízo do controle feito pelo(s) CONTRATANTE(S).

3.23 Tomar providências relacionadas aos casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços demandados, mediante comunicação do(s) CONTRATANTE(S), respeitadas as obrigações contratuais assumidas com terceiros e os honorários, desde que tais ocorrências não tenham sido causadas pela CONTRATADA.

3.24 Arcar com despesas de deslocamento, alimentação e hospedagem dos profissionais alocados na execução dos serviços.

3.25 Manter, durante toda a execução do Contrato, as condições iniciais de habilitação quanto à

situação de regularidade fiscal, trabalhista e econômico-financeira.

3.26 Manter sigilo sobre quaisquer informações das CONTRATANTE(S) às quais tenha acesso.

3.27 Aplicar ferramentas e indicadores conhecidos para análise de mercado e medição de resultados de investimento de mídia.

3.28 A forma como se dará cada trabalho proposto, especificações, prazos, forma de entrega, relatórios, entre outros, será formalizada pelas CONTRATANTE(S) à CONTRATADA, por e-mail e/ou carta quando da solicitação do serviço.

CLÁUSULA QUARTA – DAS OBRIGAÇÕES DOS CONTRATANTES.

4.1 Fornecer à CONTRATADA todas as informações necessárias à execução dos serviços.

4.2 Fiscalizar, conferir e proceder a aceitação dos serviços executados pela CONTRATADA.

4.3 Prestar informações e esclarecimentos atinentes aos serviços que venham a ser solicitados pelos empregados da CONTRATADA.

4.4 Comunicar à CONTRATADA qualquer alteração redução e/ou cancelamento no serviço contratado.

4.5 Comunicar à CONTRATADA quaisquer falhas ocorridas, consideradas de natureza grave ou não, que tenham implicação, direta ou indireta, no cumprimento do objeto do presente contrato.

4.6 Efetuar os pagamentos relativos à prestação dos serviços nas condições previstas neste contrato.

CLÁUSULA QUINTA – DO PRAZO DE VIGÊNCIA E EXECUÇÃO DO SERVIÇO.

5.1 O presente contrato terá vigência pelo prazo de 12 (doze) meses, a partir da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado, mediante manifestação expressa das partes, até o limite de 60 (sessenta) meses, por meio de termo aditivo.

5.2 A CONTRATADA deverá garantir a entrega dos serviços solicitados pelo(s) CONTRATANTE(S), de acordo com os níveis de prioridade abaixo:

5.2.1 Prioridade ALTA: entrega em até 1 (um) dia corrido.
5.2.2 Prioridade MÉDIA: entrega em até 15 (quinze) dias corridos.
5.2.3 Prioridade BAIXA: entrega em até 30 (trinta) dias corridos.

5.3 A indicação da prioridade e o prazo de atendimento da demanda serão informados no ato da solicitação do(s) CONTRATANTE(S).

5.4 A CONTRATADA deverá executar trabalhos obedecendo aos prazos estabelecidos pelo(s) CONTRATANTE(S).

5.5 Caso o(s) CONTRATANTE(S) constatem a existência de quaisquer irregularidades no que tange às especificações dos serviços, poderá recusar sua aceitação quando da execução dos respectivos serviços e solicitar sua reexecução à CONTRATADA para que esta o refaça sem qualquer ônus ao(s) CONTRATANTE(S). No caso de reexecução, não serão concedidos os mesmos prazos do subitem 5.2, ficando a critério dos(s) CONTRATANTE(S) a definição de tal prazo, de acordo com a demanda e necessidade do serviço.

5.6 O descumprimento dos prazos estabelecidos implicará nas aplicações das sanções previstas neste instrumento.

CLÁUSULA SEXTA – DA CLÁUSULA INTEGRANTE.

6.1 Constituem partes integrantes deste contrato, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas no processo de contratação da Concorrência Compartilhada nº 001/2021-Sesc-AR/RN-Senac-AR/RN e seus anexos, inclusive os documentos de habilitação e as propostas da CONTRATADA.

CLÁUSULA SÉTIMA – DA RENÚNCIA DE DISPOSITIVOS CONTRATUAIS.

7.1 Nenhuma das disposições deste Contrato poderá ser considerada renunciada ou alterada, salvo se for especificamente formalizada através de instrumento de aditivo. O fato de uma das partes tolerar qualquer falta ou descumprimento de obrigações da outra não importa em alteração do contrato e nem induz a novação, ficando mantido o direito de se exigir da parte faltosa ou inadimplente, a qualquer tempo, a cessão da falta ou o cumprimento integral de tal obrigação.

CLÁUSULA OITAVA – DAS PENALIDADES E EXTINÇÃO DO CONTRATO.

8.1 Havendo inadimplemento total ou parcial na execução do objeto contratado, a CONTRATADA fica sujeita às seguintes penalidades:

8.1.1 Advertência;

8.1.2 Rescisão contratual;

8.1.3 Impedimento de licitar e contratar com os CONTRATANTES por até 2 (dois) anos;

8.1.4 Multa moratória de 1% (um por cento) do valor de cada solicitação em atraso, por dia de atraso, limitada a 30% (trinta por cento) do valor da solicitação em atraso;

8.1.5 Multa compensatória de até 10% (dez por cento) do valor de cada solicitação em atraso, em caso de inadimplemento parcial, sem prejuízo da apuração das perdas e danos, que deverão ser demonstradas e comprovadas;

8.1.6 Multa compensatória de até 20% (vinte por cento) do valor correspondente à apuração do dano verificado, sem prejuízo da apuração de perdas e danos que deverão ser demonstradas e comprovadas.

8.2 Antes da aplicação de qualquer penalidade será facultada à parte contrária a defesa, mediante envio de notificação escrita à CONTRATADA, a qual deverá ser respondida no prazo de até 5 (cinco) dias úteis ou outro a ser fixado pelo(s) CONTRATANTE(S).

8.3 Respeitados o princípio do contraditório e o princípio da ampla defesa, o valor correspondente à multa poderá ser descontado das notas fiscais.

8.4 Se porventura os valores das notas fiscais forem insuficientes, fica a CONTRATADA obrigada a recolher a importância devida, por meio de depósito ou transferência bancária no prazo de até 10 (dez) dias corridos, após o recebimento da notificação escrita ou por mensagem eletrônica à parte em atraso, na conta bancária a ser informada pelo(s) **CONTRATANTE(S)**. Nesta hipótese, após a notificação para pagamento, fica a **CONTRATADA** obrigada a comprovar o recolhimento, mediante a apresentação da cópia do recibo do depósito efetuado.

8.5 Decorrido o prazo de 10 (dez) dias corridos, para recolhimento da multa, o débito será acrescido de 1% (um por cento) de mora por mês/fração, inclusive referente ao mês da quitação/consolidação do débito, limitado o pagamento com atraso em até 60 (sessenta) dias corridos, e, após este prazo, o débito poderá ser cobrado judicialmente.

8.6 Além do previsto no subitem 8.1, a rescisão contratual poderá ocorrer pela decretação de falência, pedido de recuperação judicial ou extrajudicial (conforme Lei n.º 11.101/2005), liquidação e/ou estado de insolvência de quaisquer das partes;

8.7 As multas não têm caráter indenizatório e seu pagamento não eximirá a CONTRATADA de ser acionada judicialmente pela responsabilidade civil derivada de perdas e danos junto ao(s) CONTRATANTE(S), decorrentes das infrações cometidas.

8.8 A critério dos CONTRATANTES, as sanções poderão ser cumulativas.

8.9 As multas previstas nesta seção não eximem a CONTRATADA da reparação dos eventuais danos, perdas ou prejuízos que seu ato punível venha causar ao(s) CONTRATANTE(S).

8.10 A rescisão do contrato acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte do(s) CONTRATANTE(S), a retenção dos créditos decorrentes do contrato, limitado ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste contrato e em lei, até a completa indenização dos danos.

8.11 O contrato poderá ser resilido por iniciativa das partes, independente de justificativa, mediante aviso expresso e escrito com antecedência mínima de 60 (sessenta) dias, observadas as obrigações contraídas no período, podendo, também, ser extinto nas seguintes hipóteses:

8.11.1 Por descumprimento de quaisquer das Cláusulas, independente de ações legais;

8.11.2 Em caso de falência, dissolução ou liquidação societária insolvência ou em caso de falecimento quando se tratar de EIRELI;

8.11.3 Quando, justificadamente, não for mais do interesse do(s) CONTRATANTES;

8.11.4 Atraso injustificado para conclusão do serviço por mais de 10 (dez) dias consecutivos ou ensejar retardamento da execução do objeto;

8.11.5 Superveniente incapacidade técnica da CONTRATADA, devidamente comprovada.

8.11.6 Negar-se a refazer qualquer trabalho realizado em desacordo com as especificações técnicas constantes deste contrato.

8.11.7 Apresentar documentação falsa, comportar-se de modo inidôneo, cometer fraude fiscal.

CLÁUSULA NONA – DOS DIREITOS AUTORAIS E PATRIMONIAIS.

9.1 Pelo presente instrumento, a CONTRATADA cede ao(s) CONTRATANTE(S), a título total e definitivo, todos os direitos autorais e conexos sobre quaisquer obras e criações intelectuais por ela desenvolvidas no âmbito desta relação de prestação de serviços, bem como por terceiros subcontratados, garantindo ao(s) CONTRATANTE(S), em todos os países do mundo e em caráter de perpetuidade, sem ônus, pelo prazo de proteção autoral conferido a cada obra individualmente, nos termos da Lei nº 9.610/1998, todos os direitos de utilização, comercialização, fruição e disposição sobre tais obras, em todas as modalidades de utilização previstas no art. 29 da Lei 9.610/98, nas mídias impressas, eletrônicas e digitais, sem restrições e/ou limitações de qualquer espécie, não devendo, por isso, o(s) CONTRATANTE(S) pagarem à CONTRATADA qualquer outro valor que não os percentuais estabelecidos neste instrumento.

9.2 A CONTRATADA se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pelo(s) CONTRATANTE(S).

9.3 Em virtude presente cessão e na qualidade de detentor da totalidade dos direitos patrominiais de autor e conexos sobre as obras e criações intelectuais, o(s) CONTRATANTE(S) poderá(ão), a seu exclusivo critério, ceder e/ou licenciar, no todo e/ou em parte, os direitos cedidos pelo presente instrumento, bem como registrá-las nos órgãos competentes.

9.4 A CONTRATADA obriga-se a criar as obras e demais criações intelectuais com características de absoluta originalidade e ineditismo, e por isso responderá por toda e qualquer violação de direitos de terceiros, inclusive no que tange a indenizações, perdas, danos, lucros cessantes, custas judiciais e honorários advocatícios, que vier ao(s) CONTRATANTE(S) a incorrer em decisão judicial transitada em julgado.

9.5 Convencionam as partes que todas as obras e criações intelectuais desenvolvidas pela CONTRATADA no âmbito deste contrato, poderão ser livremente modificadas pelo(s) CONTRATANTE(S), conforme julgarem necessárias, tais como, mas não limitado a: trabalhos de arte, criação, produção, direção, composição, arranjo entre outros., com o que a CONTRATADA desde já manifesta a sua concordância, comprometendo-se a não praticar qualquer ato, tanto na esfera judicial como extrajudicial, que impeça a utilização e/ou modificação de tais obras e criações intelectuais.

9.6 A presente cessão é firmada em caráter de absoluta exclusividade para com o(s) CONTRATANTE(S), pelo que à CONTRATADA fica expressamente vedada para utilizar, licenciar e/ou ceder obras e criações intelectuais desenvolvidas no âmbito deste instrumento, para quaisquer fins, inclusive para criação de obras de outros gêneros, a qualquer tempo e título.

CLÁUSULA DÉCIMA – DA CONFIDENCIALIDADE E PROTEÇÃO DE DADOS.

10.1 A CONTRATADA se compromete a manter sigilo e confidencialidade sobre todas e quaisquer informações verbais ou escritas, cedidas ou reveladas por ocasião do presente contrato, responsabilizando-se pela reparação de danos em caso de violação da obrigação ora assumida.

10.2 A CONTRATADA obriga-se a não usar ou revelar qualquer informação acerca da execução do presente contrato, à terceiros, para quaisquer fins, sem o acordo prévio do(s) CONTRATANTE(S). Esta obrigação subsistirá pelo período de vigência deste contrato, bem como pelo período de 5 (cinco) anos contados da data do término ou da rescisão do presente contrato.

10.3 Manter, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e/ou materiais produzidos.

10.4 As Partes declaram que conhecem a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais – LGPD, Lei nº 13.709, 14 de agosto de 2018, comprometendo-se a cumpri-la e a exigir seu cumprimento por parte de seus contratados.

10.5 Fica o Senac–AR/RN autorizado a coletar e tratar os dados pessoais dos representantes da Contratada para o fim exclusivo de viabilizar a execução deste Contrato, observando-se as exceções previstas no art. 11, II da LGPD e o seguinte:

10.5.1 Fica autorizada a coleta e o tratamento dos seguintes dados pessoais dos representantes da CONTRATADA: nome completo e cópias e números de identidade e CPF;

10.5.2 A coleta e tratamento dos dados acima especificados tem por finalidade viabilizar a execução das obrigações contratuais, inclusive para que Senac-AR/RN e/ou Sesc-AR/RN identifique(m) e entre(m) em contato com os representantes da CONTRATADA por meio de mensagem eletrônica ou contato telefônico;

10.5.3 O Senac–AR/RN e/ou Sesc-AR/RN não divulgará(ão) os dados pessoais coletados.

10.6 O Senac–AR/RN e/ou Sesc-AR/RN é/são o(s) controlador(es) dos dados pessoais tratados nesta Cláusula, podendo ser contatado(s) por meio do(s) seguinte(s) endereço(s) eletrônico(s): juridico@rn.senac.br e .

10.7 O Senac–AR/RN/Sesc-AR/RN poderá manter e tratar os dados pessoais durante todo o período em forem necessários ao atingimento das finalidades acima destacadas.

10.8 O Senac–AR/RN/Sesc-AR/RN se responsabiliza por todas as medidas de segurança necessárias à proteção dos dados coletados ou tratados de incidentes de segurança da informação e comunicará aos titulares dos dados e à Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) a

ocorrência de incidente de segurança que possa acarretar risco ou dano relevante, em conformidade ao art. 48 da LGPD.

10.9 Os representantes da Contratada, na qualidade de titulares dos dados, poderão exercer, no que couber, os direitos previstos no art. 18 da LGPD.

10.10 Os representantes da Contratada poderão revogar a anuência aqui manifestada ou solicitar que sejam eliminados os seus dados pessoais não anonimizados, ficando cientes que isto poderá impedir a continuidade da relação contratual.

10.11 As Partes declaram que procederão com a relação aqui estabelecida em estrita observância às regras da Lei Geral de Proteção de Dados (Lei 13.709/2018), em especial aos princípios da finalidade, adequação, transparência, livre acesso, segurança, prevenção e não discriminação no tratamento dos dados, comprometendo-se a alterar ou adequar seus procedimentos às premissas da LGPD, sempre que solicitado ou necessário.

10.12 As Partes declaram que as assinaturas incluídas neste instrumento pertencem a seus representantes legalmente constituídos e se comprometem a apresentar os documentos societários e procurações uma à outra, se necessário, atestando que se encontram em pleno vigor e eficácia, inexistindo quaisquer outros documentos ou atos supervenientes, de qualquer espécie, que os tenham revogado, alterado ou substituído, sem prejuízo das alterações e consolidações de seus documentos societários.

10.12.1 As partes reconhecem expressamente a veracidade, autenticidade, integridade, validade e eficácia deste instrumento, de seus anexos formados em meio digital, se houver, e concordam em utilizar e reconhecem como manifestação válida de anuência a sua assinatura em formato eletrônico e/ou por meio de certificados eletrônicos, inclusive os que utilizem certificados não emitidos pela ICP-Brasil, nos termos do art. 10, §2º, da Medida Provisória n° 2.200-2, de 24 de agosto de 2001.
10.13

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DA FISCALIZAÇÃO

11.1 Não obstante a Contratada seja a única e exclusiva responsável pela execução de todos os serviços, os Contratantes reservam-se no direito de, sem que de qualquer forma restrinja a plenitude desta responsabilidade, exercer a mais ampla e completa fiscalização sobre os serviços, diretamente, por funcionários especialmente designados.

11.2 Durante a vigência deste contrato, os serviços objeto deste contrato, serão acompanhados e fiscalizados pela Comissão de Fiscalização, composta por 2 (dois) membros, os quais representarão os Contratantes.

11.3 A Comissão de Fiscalização anotará em registro próprio todas as ocorrências relacionadas com a prestação dos serviços objeto deste contrato, determinando o que for necessário à regularização das faltas ou defeitos observados.

11.4 As decisões e providências que ultrapassarem a competência da Comissão de Fiscalização deverão ser solicitadas ao chefe do setor competente, em tempo hábil, para adoção das medidas convenientes.

11.5 Quaisquer exigências da Comissão de Fiscalização do contrato inerentes ao seu objeto deverão ser prontamente atendidas pela Contratada.

11.6 Estando os serviços em conformidade, os documentos de cobrança deverão ser atestados pela Comissão de Fiscalização do contrato e enviados ao setor competente para o pagamento devido.

11.7 Os Contratantes reservam o direito de rejeitar, no todo ou em parte, os serviços realizados, se em desacordo com a especificação do contrato ou da proposta de preços da Contratada.

11.8 Não sendo fixado prazo específico, as determinações da Comissão de Fiscalização deverão ser atendidas no prazo máximo de 05 (cinco) dias, sob pena de aplicação das sanções cabíveis.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DA SUBCONTRATAÇÃO.

12.1 O(S) CONTRATANTE(S) poderão admitir, a seu critério, subcontratação de partes da prestação de serviço, objeto deste contrato.

12.2 A subcontratação será de responsabilidade da CONTRATADA.

12.3 A CONTRATADA poderá optar por subcontratar determinados serviços, principalmente aqueles que por sua especialização requeiram emprego de empresas ou profissionais especialmente habilitados, desde que a fiscalização seja comunicada formalmente, e que se pronuncie de acordo, mantida a responsabilidade da CONTRATADA perante o(s) CONTRATANTE(S).

12.4 Em sendo admitida a subcontratação de parte dos serviços, a CONTRATADA deverá apresentar a(s) CONTRATANTE(S), proposta(s) de(s) fornecedor(es), contendo a especificação técnica do objeto a ser desenvolvido e valores, cabendo ao(s) CONTRATANTE(S) a validação da empresa a ser subcontratada.

12.5 Em caso de serviços subcontratados, a CONTRATADA deverá providenciar a assinatura de termo de cessão, total e definitiva, dos direitos autorais e conexos incidentes sobre quaisquer obras e criações intelectuais desenvolvidas pelos subcontratados no âmbito do contrato de prestação de serviços firmados com a CONTRATADA. Após a assinatura, a CONTRATADA, na qualidade de titular da totalidade dos direitos autorais e conexos incidentes sobre tais obras e criações, cederá integralmente a(s) CONTRATANTE(S) os respectivos direitos autorais e conexos, mediante assinatura de contrato de cessão.

12.6 O(s) CONTRATANTE(S) não terão nenhum vínculo com qualquer subcontratado, sendo as dúvidas existentes dirimidas pela CONTRATADA.

12.7 É vedado à CONTRATADA subcontratar os serviços na sua totalidade.

12.8 É vedada a subcontratação com licitantes participantes da Concorrência Compartilhada nº 001/2021-Sesc-AR/RN-Senac-AR/RN.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DAS ALTERAÇÕES.

13.1 Nenhuma das disposições deste Contrato poderá ser considerada renunciada ou alterada, salvo se for especificamente formalizada através de Termo Aditivo. O fato de uma das partes tolerar qualquer falta ou descumprimento de obrigações da outra, não importa em alteração do Contrato e nem induz à novação, ficando mantido o direito de se exigir da parte faltosa ou inadimplente, a qualquer tempo, a cessão da falta ou o cumprimento integral da tal obrigação.

13.2 A CONTRATADA fica obrigada a acatar, nas mesmas condições deste contrato, por ato unilateral das CONTRATANTE(S), os acréscimos que se fizerem necessários, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial, nos termos do art. 30 da Resolução Senac nº 958/2012 e Resolução Sesc nº 1.252/2012.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DA NOVAÇÃO.

14.1 A não utilização, pelo(s) CONTRATANTE(S) de qualquer direito a ele(s) assegurado neste Contrato ou na Lei em geral, ou a não aplicação de quaisquer das sanções nele previstas, não importará em novações quanto a seus termos, não devendo, portanto, ser interpretada como renúncia ou desistência de aplicação ou de ações futuras.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DAS DISPOSIÇÕES FINAIS.

15.1 É vedado à Contratada caucionar ou utilizar o presente contrato para qualquer operação financeira, sem prévia autorização do(s) CONTRATANTE(S).

15.2 A Contratada poderá contratar outras empresas para a execução total ou parcial de alguns dos serviços de que trata este contrato, exceto àquelas participantes da Concorrência Compartilhada nº 001/2021-Sesc-AR/RN-Senac-AR/RN, mediante anuência prévia, por escrito, do(s) CONTRATANTE(S), ressalvando-se que a CONTRATADA permanecerá com todas as suas responsabilidades contratuais perante o(s) CONTRATANTE(S).

15.3 Quaisquer alterações que venham a ocorrer nos termos e condições deste contrato só terão validade se forem efetuadas através de aditamentos contratuais assinados pelos representantes das partes.

15.4 Se alguma Cláusula ou condição deste Contrato for totalmente ou parcialmente anulada judicialmente, tal nulidade afetará unicamente a disposição da Cláusula específica, quanto ao restante, este contrato será válido e vinculará as partes como se a disposição ou Cláusula nula não integrasse a mesma.

15.5 Todos os produtos, peças, materiais, informações e bancos de dados gerados ou disponibilizados para sua realização são de propriedade do(s) CONTRATANTE(S), sendo vedada qualquer forma de uso, divulgação ou cessão dos mesmos, no todo ou em parte, pela CONTRATADA, salvo com a autorização do(s) CONTRATANTE(S).

15.6 É vedado à CONTRATADA utilizar-se de marcas, logotipos ou expressões de propaganda do(s) CONTRATANTE(S), a não ser mediante autorização desta por escrito.

15.7 Admitir-se-á a continuidade deste contrato na hipótese de a CONTRATADA passar por operações de reorganização societária, tais como cessão ou transferência total ou parcial, transformação, fusão, cisão e incorporação, desde que sejam observados pela nova empresa os requisitos de habilitação previstos no Edital e em conformidade com as Resoluções do Senac nº 958/2012 e do Sesc nº 1.252/2012, e ainda, que sejam mantidas as condições inicialmente estabelecidas.

15.8 As partes convencionam que eventuais diferenças poderão ser compensadas ou deduzidas mediante prévia e expressa solicitação da parte interessada e consentimento da parte contrária.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – DO FORO.

16.1 O presente contrato será regido pelo Código Civil Brasileiro, bem como pela legislação federal vigente, obrigando seus contratantes, herdeiros e sucessores, ficando eleito o foro da Comarca da capital do Estado do Rio Grande do Norte para dirimir quaisquer dúvidas decorrentes de seu cumprimento.

E, por estarem justas e contratadas, assinam as partes o presente Contrato, em duas vias de igual teor, na presença das testemunhas abaixo.

Natal, RN, de de 2021.

SERVIÇO SOCIAL DO COMÉRCIO
Administração Regional

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL
Administração Regional

RAZÃO SOCIAL DA CONTRATADA

TESTEMUNHAS:

_____	_____
NOME:	NOME:
CPF:	CPF:

ANEXO VIII
MODELO DE OUTROS DOCUMENTOS

DOCUMENTO 1

PROCESSO Nº 280/2021-SENAC-AR/RN
CONCORRÊNCIA COMPARTILHADA Nº 001/2021-SESC-AR/RN-SENAC-AR/RN

MODELO DE DECLARAÇÃO DE CUMPRIMENTO DO INCISO XXXIII DO ART. 7º DA CF/88.

DECLARO, para os devidos fins, que a empresa _____, registrada sob o CNPJ/MF nº _____, interessada em participar no processo licitatório em referência, realizado pelo Sesc e Senac, sob as penas da lei, que não emprega menores de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e nem menores de dezesseis em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos, em cumprimento ao disposto no inciso XXXIII do artigo 7º da Constituição Federal.

_____, _____ de _____ de 2021.

_____
Nome do Representante da Empresa

ATENÇÃO: Este documento deverá ser preenchido em papel timbrado da empresa e estar devidamente assinado pelo representante legal da empresa.

DOCUMENTO 2

PROCESSO Nº 280/2021-SENAC-AR/RN
CONCORRÊNCIA COMPARTILHADA Nº 001/2021-SESC-AR/RN-SENAC-AR/RN

MODELO DE DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATO IMPEDITIVO

À Comissão de Licitação
Endereço: Av. Mal. Floriano Peixoto, nº 295, Tirol, Natal, RN.

(RAZÃO SOCIAL DA EMPRESA), estabelecida na --- (endereço completo) , inscrita no CNPJ sob o nº ---, neste ato representada pelo seu (representante/autor/procurador), no uso de suas atribuições legais, vem: DECLARAR, para fins de participação no processo licitatório em pauta, sob as penas da lei, que inexiste qualquer fato impeditivo a sua participação na licitação citada, que não foi declarada inidônea por alguma das esferas da Administração Pública Direta ou Indireta ou por qualquer dos integrantes do Sistema S (Sesc, Sesi, Senai, Senac, Sebrae, etc.), ou suspensa de licitar e/ou contratar com o Sesc e/ou Senac, e que se compromete a comunicar a ocorrência de fatos supervenientes. Por ser verdadeiro assina a presente.

_____, _____ de _____ de 2021.

_____
Razão Social da Empresa
Nome do Responsável Procurador

DOCUMENTO 3

MODELO DE DECLARAÇÃO DO PORTE DA EMPRESA
(Obrigatória para Microempresas ou Empresas de Pequeno Porte)

PROCESSO Nº 280/2021-SENAC-AR/RN
CONCORRÊNCIA COMPARTILHADA Nº 001/2021-SESC-AR/RN-SENAC-AR/RN

MODELO DE DECLARAÇÃO DE MICROEMPRESA E EMPRESA DE PEQUENO PORTE

(RAZÃO SOCIAL DA EMPRESA), estabelecida na --- (endereço completo) ---, inscrita no CNPJ sob o nº ---, neste ato representada pelo seu (representante/autor/procurador), no uso de suas atribuições legais, DECLARA, sob as penalidades da lei, que se enquadra como Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte, nos termos do art. 3º da Lei Complementar nº 123, de 14 de Dezembro de 2006, estando apta a fruir os benefícios e vantagens legalmente instituídas por não se enquadrar em nenhuma das vedações legais impostas pelo § 4º do art. 3º da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006.

Declaro, para fins da LC 123/2006 e suas alterações, sob as penalidades desta, ser:

( ) MICROEMPRESA – Receita bruta anual igual ou inferior a R$ 360.000,00 e estando apta a fruir os benefícios e vantagens legalmente instituídas por não se enquadrar em nenhuma das vedações legais impostas pelo § 4º do art. 3º da Lei Complementar nº 123/06.

( ) EMPRESA DE PEQUENO PORTE– Receita bruta anual superior a R$ 360.000,00 e igual ou inferior a R$ 3.600.000,00, estando apta a fruir os benefícios e vantagens legalmente instituídas por não se enquadrar em nenhuma das vedações legais impostas pelo § 4º do art. 3º da Lei Complementar nº 123/06.

Observações:

- Esta declaração poderá ser preenchida somente pela licitante enquadrada como ME ou EPP, nos termos da LC 123, de 14 de dezembro de 2006
- A não apresentação desta declaração será interpretada como não enquadramento da licitante como ME ou EPP, nos termos da LC nº 123/2006, ou a opção pela não utilização do direito de tratamento diferenciado.

_____, _____ de _____ de 2021.

_____
Razão Social da Empresa
Nome do Responsável Procurador

DOCUMENTO 4

PROCESSO Nº 280/2021-SENAC-AR/RN
CONCORRÊNCIA COMPARTILHADA Nº 001/2021-SESC-AR/RN-SENAC-AR/RN

MODELO DE ATESTADO (OU DECLARAÇÃO) DE CAPACIDADE TÉCNICA

Atestamos (ou declaramos) que o órgão (empresa) _____, inscrita no CNPJ (MF) nº _____, estabelecida no (a) _____, forneceu e prestou os serviços de publicidade, a contento, em quantidade mínima de 50% (cinquenta por cento) à verba anual estimada neste Edital, conforme especificações contidas na Concorrência Compartilhada nº 001/2021-Sesc-AR/RN-Senac-AR/RN, compatíveis com o objeto desta licitação, a contar da data da entrega dos envelopes.

Atestamos (ou declaramos), ainda, que os compromissos assumidos pela empresa foram cumpridos satisfatoriamente, nada constando em nossos arquivos que a desabone comercial ou tecnicamente.

_____, _____ de _____ de 2021.

_____
Cargo do Atestante
Nome do Responsável da empresa atestante

Pessoa para Contato:
Cargo:
Telefone:
E-mail:

ATENÇÃO: Este atestado (ou declaração) deverá ser emitido em papel que identifique o órgão (ou empresa) emissor.

DOCUMENTO 5

PROCESSO Nº 280/2021-SENAC-AR/RN
CONCORRÊNCIA COMPARTILHADA Nº 001/2021-SESC-AR/RN-SENAC-AR/RN

MODELO DE DECLARAÇÃO DE SUSTENTABILIDADE.

À Comissão de Licitação
Endereço: Av. Mal. Floriano Peixoto, nº 295, Tirol, Natal, RN.

(RAZÃO SOCIAL DA EMPRESA), estabelecida na --- (endereço completo) ---, inscrita no CNPJ sob o nº ---, neste ato representada pelo seu (representante/autor/procurador), no uso de suas atribuições legais, vem:

DECLARAR, para fins de participação no processo licitatório em pauta, sob as penas da lei, que:

(**X**) atendo a legislação ambiental - em face da política governamental do desenvolvimento nacional sustentável - naquilo que aplicável a prestação dos serviços contratados por via deste certame licitatório, bem como atenderei as políticas de desenvolvimento sustentável de acordo com a legislação específica que vier a ser estabelecida pelo Governo Federal;

(**X**) que promoverei em minhas dependências, de acordo com a natureza de meus serviços internos, a aplicação da Instrução Normativa nº 01/2010 (práticas de sustentabilidade ambiental), no tocante, em especial, ao disposto no Art. 6º desta referida instrução;

(**X**) que atenderei, sem reservas, os seguintes princípios relativos ao direito ambiental: *Princípio do Desenvolvimento Sustentável* (art. 170, VI cc. art 225, V, da CF e arts. 4º e 5º da Lei 6.938/81), *Princípio do Poluidor Pagador* (art. 225, § 3º da CF e arts. 4º, VII e 14, § 1º da Lei 6.938/81) e *Princípio da Prevenção/Precaução* (art. 225, IV, e art. 9º, I, III, V da Lei 6.938/81).

Por ser verdadeiro assina a presente.

_____, _____ de _____ de 2021.

_____
Razão Social da Empresa
Nome do Responsável Procurador
Nº do CPF

DOCUMENTO 06

PROCESSO Nº 280/2021-SENAC-AR/RN
CONCORRÊNCIA COMPARTILHADA Nº 001/2021-SESC-AR/RN-SENAC-AR/RN

MODELO DE DECLARAÇÃO DE CONFORMIDADE COM A LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS – LGPD

À Comissão de Licitação.
Endereço: Av. Mal. Floriano Peixoto, nº 295, Tirol, Natal, RN, CEP 59020-500.

(RAZÃO SOCIAL DA EMPRESA), estabelecida na --- (endereço completo) ---, inscrita no CNPJ sob o nº ---, neste ato representada pelo seu (representante/autor/procurador), no uso de suas atribuições legais, vem:

DECLARAR, para fins de participação no processo licitatório em pauta, sob as penas da lei, que:

(**X**) conhecem a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais – LGPD, Lei nº 13.709, 14 de agosto de 2018 e suas respectivas alterações;

(**X**) autorizam o Senac–AR/RN a coletar e tratar os dados pessoais de seus representantes, e outros dados pessoais incluídos em ato constitutivo, para o fim exclusivo de viabilizar o presente procedimento licitatório e a futura execução do objeto contratado, observando-se as exceções previstas no art. 11, II da LGPD;

(**X**) têm ciência de que é facultada à licitante a revogação da anuência aqui manifestada, bem como a solicitação de que sejam eliminados os seus dados pessoais não anonimizados, podendo, contudo, ser impedida sua continuidade no processo licitatório.

(**X**) compromete-se em praticar os aspectos legais de proteção dos dados pessoais, adequando suas práticas ás exigências da referida Lei.

Por ser verdadeiro, assina a presente.

Cidade/UF, _____ de _____ de 2021.

_____
Razão Social da Empresa
Nome do Responsável Procurador
Nº do CPF

ANEXO IX
TABELA DE PREÇOS
(Com base na Tabela SINAPRO/RN)