

**COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO**  
**CONCORRÊNCIA Nº 01/2022-CPL/SENAR-AR/RN**

**EDITAL**

O Serviço Nacional de Aprendizagem Rural – Administração Regional do Rio Grande do Norte (SENAR-AR/RN), sociedade civil sem fins lucrativos, com sede na Rua Dom José Tomaz, 995, Tirol - Natal, RN, inscrita no CNPJ nº 04.256.238/0001-33, por intermédio de sua Comissão Permanente de Licitação (CPL), nomeada através da Portaria nº 01/2022, torna público que fará Licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA**, do tipo **TÉCNICA E PREÇO**, objetivando a **contratação de pessoa jurídica para prestação de serviços de publicidade, propaganda e comunicação incluindo estudo, planejamento, concepção, execução, distribuição e controle de veiculação de programas e campanhas publicitárias institucionais para os serviços e eventos internos e externos do SENAR-AR/RN, controle das inserções publicitárias (mídias contratadas e mídia digital) nos veículos de divulgação, tais como jornal impresso, revistas, sites, televisão, rádio, dentre outros, a serem prestados por agência de propaganda**, conforme especificações mínimas e quantidades estipuladas no Termo de Referência e Anexos constantes neste Edital, bem como as condições e o limite previsto no Regulamento de Licitações e Contratos do SENAR para essa modalidade de licitação e, onde cabível, a Lei nº 8.666, de 21 de março de 1993 e suas alterações.

O edital de licitação com seus anexos poderão ser retirados no sítio eletrônico do SENAR/RN <https://www.senarn.com.br/>, ou mediante solicitação via e-mail [cpl@senarn.com.br](mailto:cpl@senarn.com.br).

**DA DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS**

A critério da Comissão Permanente de Licitação, todas as decisões referentes a esta Concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir:

- a) nas reuniões de abertura de **ENVELOPES**;
- b) no site do **SENAR/RN**;

c) por qualquer outro meio formal que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

## **1. DA ABERTURA**

1.1. A Comissão receberá os envelopes em sessão aberta, pública, a ser realizada conforme abaixo:

Local: Sala de Reuniões do SENAR-AR/RN

Data: **30/09/2022** (segunda – feira)

Horário: **10h00min**

1.2. Se, por qualquer razão, não houver expediente na data fixada, fica adiada a reunião para o primeiro dia útil subsequente, à mesma hora e local, salvo disposição em contrário.

## **2. DO OBJETO**

2.1. A presente licitação tem por objeto a Contratação de pessoa jurídica para prestação de serviços de publicidade, propaganda e comunicação para os serviços e eventos internos e externos do SENAR-AR/RN, conforme especificações mínimas e quantidades estipuladas no Termo de Referência e Anexos constantes neste Edital, que compreenderão:

- a) Estudo, planejamento, concepção, execução, distribuição e controle de veiculação de programas e campanhas publicitárias institucionais para os serviços e eventos internos e externos do SENAR-AR/RN;
- b) Controle das inserções publicitárias (mídias contratadas e mídia digital) nos veículos de divulgação, tais como jornal impresso, revistas, sites, televisão, rádio, dentre outros, a serem prestados por agência de propaganda, conforme especificações mínimas e quantidades constantes neste Termo de Referência

**Observação:** Os **serviços** sujeitos a **subcontratação**, considerados necessários à execução do Contrato serão remunerados de acordo com o preço de mercado, demonstrado por meio de, **no mínimo, 03 (três) orçamentos** de empresas ou profissionais do ramo, ressalvada a hipótese de comprovada inexistência de mais de 01 (um) fornecedor ou prestador de serviços, submetidos à aprovação do SENAR/RN.

## **3 – DA DOTAÇÃO ORÇAMENTARIA**

3.1 – o valor estimado da presente licitação e de até 400.000,00 (quatrocentos mil reais).

3.2 – A vigência do contrato a ser celebrado pelo SENAR, decorrente do presente termo de referencia, será de 12 meses, iniciados a partir da data da sua assinatura e podendo ser prorrogado, mediante Termo Aditivo, desde que atenda o que estabelece o art. 26, parágrafo único e o art. 30 do Regulamento de Licitações e Contratos do SENAR.

3.3 - As despesas com a execução dos serviços contratados correrão por conta dos recursos oriundos do SENAR-AR/RN.

#### **4- DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO E DO CREDENCIAMENTO**

##### **4.1 Poderão participar desta licitação:**

4.1.1 Toda e qualquer pessoa jurídica com atuação na área de abrangência no objeto licitado que, na fase de habilitação, estiverem operando nos termos da legislação em vigor, e comprovarem possuir os requisitos estabelecidos neste instrumento convocatório;

4.1.2 Cada licitante custeará a elaboração de sua proposta e a participação de seu representante nas reuniões que serão realizadas.

##### **4.2 Não poderão participar desta licitação:**

4.2.1 Empresa cujos sócios ou proprietários sejam funcionários ou dirigente do SENAR-AR/RN;

4.2.2 Empresa que, a qualquer tempo, possua restrições quanto à capacidade técnica, idoneidade financeira e regularidade fiscal;

4.2.3 Licitantes reunidas em consórcio ou que se encontre incursa na penalidade prevista no art. 31, inciso III, do Regulamento de Licitações e Contratos do SENAR-AR/RN;

4.2.4 Licitantes cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em curso de credores, em processo de recuperação, dissolução ou liquidação, cisão, fusão ou incorporação e de empresa concordatária;

4.2.5 Licitantes que tenham sido declaradas impedidas de licitar ou contratar com o **SENAR**;

4.2.6 De empresas do mesmo grupo econômico com propostas distintas, nem empresas que tenham dualidade de quotistas ou acionistas em comum, quer majoritário, quer minoritário;

4.3 Cada licitante terá apenas 01 (um) representante credenciado, respondendo por sua representada, devendo, para tanto, entregar à Comissão Permanente de Licitação, imediatamente após a abertura dos trabalhos, prova hábil de sua investidura como representante legal da empresa (original ou cópia autenticada) ou procuração para este fim específico, esta última com firma reconhecida, acompanhada dos atos constitutivos e de nomeação dos administradores da empresa.

4.3.1 O documento de que trata o subitem anterior deste Edital deverá ser apresentado em separado, fora dos envelopes e no momento da entrega dos mesmos. A licitante deverá providenciar cópia reprográfica autenticada da procuração, a qual ficará retida nesta licitação. Não será aceita a alegação de que os documentos comprobatórios estão inseridos nos envelopes que contém a documentação de habilitação e da proposta de preços;

4.3.2 O não credenciamento de representante não impedirá a participação da empresa na licitação, porém será vedado ao portador da proposta manifestar-se em nome da licitante;

4.3.3 Nenhum interessado poderá participar da presente licitação representando mais de uma licitante.

4.3.4 As MICRO EMPRESAS – ME e EMPRESAS DE PEQUENO PORTE – EPP, deverão apresentar comprovante de enquadramento para se utilizarem das prerrogativas previstas na Lei Complementar Federal nº 123/2006;

4.4 Fica assegurada às licitantes, a qualquer tempo, mediante juntada dos documentos previstos no item 4.3, a substituição do seu representante junto ao processo;

4.5 A participação na presente licitação implica aceitação integral e irretratável dos termos e condições deste Edital e dos seus Anexos, bem como do Regulamento de Licitações e Contratos do SENAR/RN.

4.6 Serão consideradas inabilitadas, de plano, as proponentes que deixarem de apresentar qualquer dos documentos obrigatórios exigidos no presente edital.

4.7 Embora este edital tenha sido elaborado estritamente de acordo com os princípios da legalidade, da razoabilidade, da impessoalidade e da competitividade, fica expressamente estipulado que, a critério exclusivo da Comissão Permanente de Licitação, simples irregularidade formal, que evidencie lapso ou desatenção, que não altere nem afete o conteúdo e a legitimidade dos

documentos apresentados e que não cause prejuízos aos concorrentes e ao SENAR-AR/RN, será considerada irrelevante, não podendo ensejar a inabilitação e/ou desclassificação das proponentes.

## **5. DA APRESENTAÇÃO DA DOCUMENTAÇÃO E DAS PROPOSTAS**

5.1 Os envelopes de **Proposta Técnica (Apócrifa) – “A”**; **Capacidade de Atendimento e Repertório - “B”**; **Proposta Técnica (Identificada) - “C”**; **Proposta de Preços - “D”**; e de **Documentação - “E”**, deverão ser entregues a Comissão Permanente de Licitação, pelo representante legal da licitante e/ou via postal, em 05 (cinco) envelopes distintos, fechados, lacrados e rubricados, contendo cada um razão ou denominação social, CNPJ e endereço da licitante, com exceção do **ENVELOPE “A”**, a designação de seu conteúdo conforme abaixo especificado:

- **ENVELOPE “A” – PROPOSTA TÉCNICA (APÓCRIFA)**

- NÃO IDENTIFICADA

- **ENVELOPE “B” – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO E REPERTÓRIO**

- CONCORRÊNCIA Nº 01/2022
- NOME DA LICITANTE: (Identificação da licitante)
- CNPJ DA LICITANTE:
- ENDEREÇO:

- 

- **ENVELOPE “C” – PROPOSTA TÉCNICA (IDENTIFICADA)**

- CONCORRÊNCIA Nº 01/2022
- NOME DA LICITANTE: (Identificação da licitante)
- CNPJ DA LICITANTE:
- ENDEREÇO:

- 

- **ENVELOPE “D” - PROPOSTA DE PREÇOS**

- CONCORRÊNCIA Nº 01/2022
- NOME DA LICITANTE: (Identificação da licitante)
- CNPJ DA LICITANTE:
- ENDEREÇO

- 

- **ENVELOPE “E” – DOCUMENTAÇÃO**

- CONCORRÊNCIA Nº 01/2022
- NOME DA LICITANTE: (Identificação da licitante)
- CNPJ DA LICITANTE:
- ENDEREÇO:

- 

5.1.1O envelope “A” – Proposta Técnica Apócrifa destinado à apresentação da **via não identificada** do Plano de Comunicação será

padronizado e fornecido previamente pela Comissão de Licitação, sem nenhum tipo de identificação.

5.1.2 Este envelope será padronizado e fornecido gratuitamente pelo SENAR/RN e deverá ser retirado pela interessada em até 02 (dois) dias úteis anteriores a data da realização do certame, com um representante da Comissão Permanente de Licitação, na Rua Dom José Tomaz, 995, Tirol - Natal, RN – CEP: 59.022-250, no horário das 8h às 12h e das 14h às 18h, mediante preenchimento de recibo contendo nome da empresa, CNPJ, endereço, telefone de contato, e-mail.

5.1.3 Para este envelope, quer na parte externa como no seu conteúdo, não poderá contar com endereçamento, nome da licitante, assinatura, rubrica, marca, sinal, etiqueta, palavra, grampo, cliques, ganchos, prendedores, encadernação ou qualquer outro elemento capaz de identificar a empresa proponente, sob pena de desclassificação.

5.1.4 Apenas o **envelope “A” – Proposta Técnica Apócrifa** será fornecido pelo SENAR/RN, devendo a licitante providenciar os demais envelopes necessários.

5.1.5 O **envelope** de que trata o subitem anterior estará à disposição das licitantes a partir do dia **14/09/2022, a licitante que não retirar o envelope estará impossibilitada da participação no certame.**

5.1.6 Após o Presidente da Comissão de Licitação declarar encerrado o prazo para recebimento dos envelopes, nenhum outro envelope ou documento será aceito.

5.1.7 Em nenhuma hipótese será concedido prazo para apresentação de documentos exigidos e não entregues no respectivo envelope.

## **6 DAS PROPOSTAS TÉCNICAS – ENVELOPES “A”, “B” e “C”**

6.1 A Pontuação Técnica será composta por 03 (três) fatores de avaliação: Plano de Comunicação, Repertório e Capacidade de Atendimento. Serão desclassificadas as Licitantes que não alcançarem o mínimo de 70% da pontuação técnica, conforme descrito abaixo. A pontuação máxima da proposta técnica (envelopes A, B e C) é de 100 pontos, conforme quadro abaixo:

| <b>Fatores de avaliação da PONTUAÇÃO TÉCNICA (Envelope B)</b> | <b>Pontuação Máxima</b> |
|---------------------------------------------------------------|-------------------------|
| Plano de Comunicação                                          | 70                      |
| Capacidade de Atendimento                                     | 15                      |
| Repertório                                                    | 15                      |
| <b>Total de pontos</b>                                        | <b>100</b>              |

6.2 As propostas técnicas deverão ser apresentadas nos envelopes “A”, “B” e “C”, na forma estabelecida no item 5 deste Edital e deverão atender aos seguintes requisitos:

6.2.1 Serem redigidas em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente – com clareza, sem emendas, entrelinhas ou rasuras, em papel contendo o timbre da empresa, endereço completo, número do telefone, e-mail e fax, quando existente, com referência a esta licitação, **com exceção do Envelope “A” – Proposta Técnica Apócrifa, que não poderá ser identificado, sob pena de desclassificação;**

6.2.2 Serem entregues no local, dia e hora estabelecidos neste edital.

6.2.3 Terem as páginas numeradas sequencialmente, por envelope, serem assinadas em sua parte final, bem como rubricadas em todas as folhas pelo representante legal da licitante **com exceção do Envelope “A” – Proposta Técnica Apócrifa, que não poderá ser identificado, sob pena de desclassificação”.**

6.2.4 Serão desclassificadas as propostas técnicas:

6.2.4.1 Que não atenderem às exigências do presente Edital e seus anexos;

6.2.4.2 Que sejam omissas ou apresentarem irregularidades ou defeitos capazes de dificultar o julgamento;

6.2.4.3 Que nas suas propostas técnicas apócrifas apresentem quaisquer sinais ou marcas que permitam sua identificação;

6.2.4.4 Que apresentarem serviços ou outros demonstrativos não estabelecidos nos Anexos deste Edital.

6.2.4.5 Que contenham alternativas que induzam o julgamento a ter mais de um resultado;

6.2.4.6 Que apresentarem emendas ou rasuras.

6.3 As licitantes deverão certificar-se, com a necessária antecedência, de todas as condições e fatores que possam afetar o objeto desta licitação, não sendo levada em consideração qualquer argumentação posterior, proveniente dessas condições, para o que deverão conhecer com antecedência à confecção das propostas as condições sob as quais deverão ser atendidos os requisitos e as especificações do objeto da presente licitação.

## **7 PROPOSTA TÉCNICA – ENVELOPE “A” (APÓCRIFO) - VIA NÃO IDENTIFICADA**

7.1 Para o conteúdo do **Envelope “A”** deverá ser observado o descrito abaixo, sendo a sua composição de **PLANO DE COMUNICAÇÃO** formado por Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa.

A) **PLANO DE COMUNICAÇÃO** – Deverá ser elaborado pelo licitante participante, com base no *Briefing* – Anexo II, o qual compreenderá os seguintes quesitos:

a.1) **Raciocínio Básico:** texto sem anexos, usando no máximo 3 (três) laudas, no tamanho A-4, onde o licitante demonstrará seu entendimento sobre os objetivos de comunicação do **SENAR RIO GRANDE DO NORTE**, definidos no *briefing*;

a.2) **Estratégia de Comunicação Publicitária:** texto sem anexos, usando no máximo 05 (cinco) laudas, no tamanho A-4, onde o licitante apresentará a estratégia que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a comunicação do **SENAR RIO GRANDE DO NORTE**, cujos objetivos foram apresentados no *briefing*;

a.3) **Ideia Criativa:** texto em que a licitante se limitará a apresentar a síntese da estratégia de comunicação publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, que pode ou não assumir a forma de um *slogan* ou conceito criativo passível de ser utilizado em ações de comunicação das instituições. A ideia criativa deve constituir uma proposta de solução do problema específico de comunicação;

a.3.1) como parte do quesito **Ideia Criativa**, a licitante apresentará campanha publicitária com exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução ao problema específico. Os exemplos de peças devem ser apresentados sob a forma de *layout*, podendo ser acompanhado de roteiro,



*story-board* impresso ou “monstro” de peça de rádio, com ou sem música, limitados a uma peça para cada meio (convencional ou não convencional) de veiculação proposto pela licitante. Estas peças podem ser apresentadas em formatos compatíveis com suas características.

a.4) Os textos pertinentes ao **PLANO DE COMUNICAÇÃO** estão limitados a 10 (dez) laudas, ressalvado os roteiros das peças de que trata a alínea “a.3.1” da Ideia Criativa.

7.1.1 A exclusivo critério do **SENAR/RN**, o Plano de Comunicação da licitante vencedora poderá ou não vir a ser utilizado, com ou sem modificações, na vigência do contrato.

7.1.2 O conteúdo da “**PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA**” (Envelope “A”), deverá ser acondicionado em **Envelope obrigatoriamente fornecido pelo SENAR/RN** a ser retirado pela Licitante, conforme disposto no Item 5.1.2 deste Edital a pedido da Licitante. É vedada a aposição, neste Envelope e em todo o seu conteúdo, de qualquer tipo de identificação da Licitante, marca, sinal ou qualquer outro tipo de elemento que a identifique, inclusive com etiquetas e lacres.

7.1.3 Havendo qualquer sinal de identificação no Envelope “A”, os seus envelopes serão devolvidos, se já recebidos, e a Licitante ficará impedida de participar do certame, registrando-se em Ata.

7.1.4 Apenas o **envelope “A” - PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA** será fornecido pelo SENAR/RN, devendo a licitante providenciar os demais envelopes necessários.

7.1.5 O **Envelope “A” - PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA** a ser fornecido pelo SENAR/RN deverá ser retirado pela interessada com representante da Comissão Permanente de Licitação, com endereço na Rua Dom José Tomaz, 995, Tirol - Natal, RN – CEP: 59.022-250, no horário das 8h às 12h e das 14h às 18h, mediante preenchimento de recibo contendo nome da empresa, CNPJ, endereço, telefone de contato, e-mail.

## **8 PROPOSTA TÉCNICA - ENVELOPE “B” – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO E REPERTÓRIO, SERÁ COMPOSTO DE:**

A) **CAPACIDADE DE ATENDIMENTO**: texto em que o licitante apresentará:

- a.1) relação nominal dos principais clientes atendidos pelo licitante nos últimos 03 (três) anos, com a especificação do período de atendimento de cada um deles;
- a.2) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio e TV;
- a.3) as instalações em Natal/RN, a infraestrutura e os recursos materiais e tecnológicos disponíveis para a execução do contrato;
- a.4) a sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pela licitante, na execução do contrato, incluídos os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
- a.5) a discriminação das informações de comunicação e marketing que colocará regularmente à disposição das organizações, sem ônus adicional, durante a execução do contrato.
- a.6) Os textos pertinentes à CAPACIDADE DE ATENDIMENTO estão limitados a 5 (cinco) laudas, ressalvados os textos relativos aos currículos mencionados na alínea "a.2".
- a.7) O não cumprimento de qualquer item referente à Proposta Técnica implicará na desclassificação automática do licitante.

**B) REPERTÓRIO:** consiste na apresentação de um conjunto de trabalhos, concebidos e veiculados pela licitante, para anunciantes, excluídos os trabalhos realizados para o Serviço Nacional de Aprendizagem Rural do Rio Grande do Norte– SENAR/RN, sob a forma de peças e respectivas memórias técnicas, onde se incluirá indicação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver. A licitante poderá apresentar até 02 (duas) peças para cada um dos meios de comunicação - eletrônicos e impresso: TV, rádio, revista e jornal. Cada peça deverá conter ficha técnica com a identificação da licitante, título, data de produção, período de veiculação e menção de pelo menos dois veículos que a divulgaram. As fitas de vídeo deverão ser fornecidas em pen-drive, DVD e os *spots* e/ou jingles, em CD.

## **9 PROPOSTA TÉCNICA - ENVELOPE “C” (IDENTIFICADA)**

9.1. Deverá ser composto pelo mesmo conteúdo da “**PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA” (Envelope “A”)**, conforme subitem 7.1, contudo, devidamente identificado pela Licitante.

9.1. As propostas técnicas deverão atender aos seguintes requisitos:

9.1.1. Serem redigidas em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente – com clareza, sem emendas, entrelinhas ou rasuras, em papel contendo o timbre da empresa, endereço completo, número do telefone, e-mail e fax, quando existente, com referência a esta licitação, **com exceção do Envelope “A” – Proposta Técnica Apócrifa, que não poderá ser identificado, sob pena de desclassificação;**

9.1.2. Todos os conteúdos dos envelopes “A” e “C”, obrigatoriamente, deverão ser apresentados em fonte arial, corpo 12, na cor preta, alinhamento justificado, espaçamento entre linhas 1,5, espaçamento de parágrafos 6 pontos (antes e depois), encadernação espiral na cor preta, capa transparente e contracapa na cor preta, formato do papel A4 e Margens da Página em configuração Normal, com as medidas: Superior: 2,5 cm / Inferior: 2,5 cm / Esquerda: 3 cm / Direita: 3 cm e numeração centralizada na parte inferior.

9.1.3. As impressões das peças apresentadas no item Ideia Criativa deverão ser afixadas sobre papel cartão na cor **branca** (gramatura padrão, entre 200 a 500 gr/m<sup>3</sup>). O tamanho das impressões e das pranchas em papel cartão poderá ser escolhido pelas agências, desde que caibam no envelope padrão a ser disponibilizado pela Comissão de Licitação e de maneira a não danificar o envelope ou as peças.

9.1.4. Sempre que necessário, a extensão do arquivo de apresentação de DVD e/ou CD de monstros ou peças de rádio será respectivamente “monstro\_radio.mp3”. Fica a critério da licitante a nomeação dos arquivos, desde que não haja qualquer símbolo, sinal ou outro mecanismo que remeta a identificação da mesma.

9.1.5. Para o Plano de Comunicação, constante nos Envelopes A e C, os textos, no total, não poderão exceder a 10 (dez) laudas com no máximo **50 (cinquenta) linhas cada uma, considerando os espaçamentos entre Parágrafos como uma linha**. As peças de ideia criativa a serem apresentadas serão limitadas a 10 (dez) peças.

9.1.6. Para a Capacidade de Atendimento e Repertório, constantes no Envelope B, o caderno de textos e documentos não poderá exceder 100 (cem) laudas com no máximo **50 (cinquenta) linhas cada uma, considerando os espaçamentos entre Parágrafos como uma linha.**

9.1.7. Terem as páginas numeradas sequencialmente, por envelope, serem assinadas em sua parte final, bem como rubricadas em todas as folhas pelo representante legal da licitante **com exceção do Envelope “A” – Proposta Técnica Apócrifa, que não poderá ser identificado, sob pena de desclassificação”.**

## **10. DA PROPOSTA DE PREÇOS - ENVELOPE “D”**

10.1. As propostas de preços deverão ser apresentadas nos **Envelopes “D”**, na forma estabelecida no item 5 deste Edital e deverão atender aos seguintes requisitos:

10.1.1. Serem redigidas em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente – sem emendas, entrelinhas ou rasuras, em papel contendo o timbre da empresa, indicando nome ou razão social do licitante, número do CNPJ/MF, endereço completo, telefone, fax e endereço eletrônico (e-mail), bem como o nome do representante legal, que assina a proposta, contendo profissão, CPF, identidade, e cargo na empresa.

10.1.2. Serem entregues no local, dia e hora estabelecidos neste edital.

10.1.3. Terem as páginas numeradas sequencialmente e serem assinadas em sua parte final.

10.1.4. Ser apresentada de acordo com o Anexo V, devidamente preenchida com as informações constantes no modelo.

10.1.5. Apresentar os percentuais constando apenas duas casas decimais após vírgula. Caso sejam apresentadas propostas com mais casas decimais, a Comissão de Licitação considerará apenas duas casas decimais, sem aproximação.

10.2. Ocorrendo a ausência de qualquer dos requisitos supra relacionados, poderá a Comissão de Licitação determinar sua correção, desde que o representante legal esteja presente, com poderes de representação, concorde e assine as alterações procedidas.

10.3. Ter indicação de que o prazo de validade da proposta não será inferior a 120 (cento) dias, contados da data marcada para o seu recebimento, ficando estabelecido que na omissão será considerado esse prazo.

10.4. Informar, preferencialmente, o nome do banco, nº da agência e da conta corrente da Licitante.

10.5. Deverão conter ainda todos os elementos a seguir relacionados.

I. Declarações nas quais a licitante estabelecerá os percentuais máximos a serem pagos pelos contratantes:

a) Atores e modelos, em relação ao cachê original, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, entendido que o valor inicialmente contratado poderá ser repactuado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo a variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos;

b) Aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas às peças, sobre o valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente pactuado, entendido que o valor inicialmente contratado poderá ser repactuado aplicando-se, em tal caso, no máximo a variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

10.6. Com base no artigo 11 da Lei nº 4.680/65 e especialmente nos itens 2.8, 2.9, 2.10, 3.6 e 3.11 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, expedidas pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP (invocadas expressamente pelo art. 7º do Decreto nº 57.690/66, que regulamenta a Lei nº 4.680/65) deverão ser observados os seguintes parâmetros na proposta de preços:

a) Sobre os descontos estabelecidos pelas Normas-Padrão da Atividade Publicitária (itens 3.6, 3.6.1 e 3.6.2), a licitante oferecerá redução dos honorários incidentes sobre os preços de serviços instrumentais de terceiros (serviços e suprimentos externos) e dos honorários incidentes sobre serviços especiais realizados por terceiros (tais como pesquisa, promoção, orientação e registro de marcas, logotipos e outros elementos de programação visual),

fixando seus honorários, de modo uniforme, entre um máximo de 10% (dez por cento) e um mínimo de 5% (cinco por cento);

b) Para efeito de cálculo (aferição do melhor preço), dos honorários oferecidos (entre 5% e 10%) será desconsiderado o símbolo %, indicando dessa forma Nota de Preços (NP) da respectiva licitante, cujo patamar mínimo não deve ser inferior a 5 (cinco) pontos (honorários mínimos admitidos) e o patamar máximo não deve ser superior a 10 (dez) pontos (honorários máximos admitidos).

10.6.1. Os percentuais a serem propostos serão de exclusiva responsabilidade do licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

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

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

10.6.4. Caso todas as licitantes tenham suas Propostas de Preço desclassificadas, a Comissão poderá fixar o prazo de oito dias úteis para apresentação de novas Propostas de Preço, escoimadas das causas da desclassificação.

10.7. As “Propostas de Preços” das licitantes classificadas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Edital e Anexos.

10.8. Serão desclassificadas as propostas:

10.8.1. Que não atenderem às exigências do presente Edital e seus anexos, que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

10.8.2. Que contenham alternativas de preço ou qualquer outra condição que induza o julgamento a ter mais de um resultado.

10.8.3. Que façam previsão de sinal ou qualquer outra forma de antecipação de pagamento na formulação das propostas.

10.8.4. Que apresentarem emendas ou rasuras.

10.9. As licitantes deverão certificar-se, com a necessária antecedência, de todas as condições e fatores que possam afetar o objeto desta licitação, não sendo levada em consideração qualquer argumentação posterior, proveniente dessas condições, para o que deverão conhecer com antecedência à confecção das propostas as condições sob as quais deverão ser atendidos os requisitos e as especificações do objeto da presente licitação.

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

10.11. Não serão admitidos cancelamentos, retificações de preços ou alterações nas condições estabelecidas, uma vez abertas as propostas, ressalvado o disposto no item 10.2 acima descrito.

10.12. A apresentação da proposta implicará na plena aceitação, por parte da licitante, das condições estabelecidas neste edital e seus anexos.

## **11. DA HABILITAÇÃO - ENVELOPE “E”**

11.1. Os documentos de habilitação serão providenciados pela licitante e deve ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura, e conterá os documentos previstos neste item, que deverão estar devidamente atualizados ao serem apresentados pela proponente.

11.2. A habilitação das licitantes fica condicionada à validade dos documentos cadastrais, podendo a CPL efetuar as consultas que julgar adequadas sempre que houver dúvidas sobre a legitimidade/autenticidade dos documentos apresentados, podendo, para esse fim, se necessário, suspender a sessão, designando-a no ato para outra data e horário, ficando cientes da nova data os licitantes presentes, sendo desnecessária, neste caso, a divulgação ulterior da nova data por qualquer outro meio.

11.3. É permitido à CPL, nos casos de documentos que possam ser adquiridos pela internet, independentemente do seu fornecimento no envelope de habilitação, a verificação nos portais oficiais de órgãos e entidades emissores de certidões, quanto ao prazo de validade dos mesmos.

#### **11.4. DA HABILITAÇÃO JURÍDICA**

11.4.1. Para habilitação, os interessados deverão apresentar Documentação, em cópia autenticada por tabelião de notas ou pela Pregoeira e sua Equipe de Apoio, mediante apresentação das vias originais, os seguintes documentos, não sendo aceito cópia de fac-símile:

a) Ato constitutivo, estatuto, contrato social e seus aditivos, todos em vigor, devidamente registrados ou declaração de firma individual e acompanhados de suas respectivas alterações consolidadas, caso ocorridas. No caso de sociedades por ações, deverão ainda constar os documentos de eleição de seus atuais administradores; ou contrato social consolidado, cédula de identidade do (s) sócio (s) administrador (es). Os procuradores que possuírem poderes para assinar proposta de preço devem anexar à habilitação jurídica Cópia da cédula de identidade.

b) Cartão de CNPJ;

c) Declaração de Inexistência de fato impeditivo da habilitação, nos termos do modelo constante do **ANEXO III** deste edital;

d) Declaração de cumprimento do disposto no inciso XXXIII, art. 7º, da Constituição Federal, conforme **ANEXO IV**;

11.4.2. A condição de representante legal da empresa interessada deverá ser comprovada através da apresentação dos seguintes documentos originais ou devidamente autenticados: contrato social e/ou ato constitutivo da empresa e documentos pessoais com foto do seu representante legal.

11.4.3. Por sua vez, a condição de preposto/procurador deverá ser comprovada pelos seguintes documentos originais ou devidamente autenticados: carta de preposição/procuração com fins específicos para o ato, documentos pessoais com foto do preposto e do representante legal da interessada, bem como contrato social e/ou ato constitutivo da empresa.

#### **11.5. DA REGULARIDADE FISCAL**

11.5.1. Certidão Conjunta Negativa de Débitos relativa a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União e contribuições sociais, emitida pela Secretaria da Receita Federal

11.5.2. Certidão de Regularidade do FGTS



11.5.3. Certidão conjunta negativa de débitos relativos aos Tributos Estaduais e a Dívida Ativa do Estado;

11.5.4. Certidão negativa de débitos para com a Fazenda Municipal, da sede do licitante;

11.5.5. Certidão negativa de débitos trabalhistas;

11.5.6. No caso da proponente ser Microempresa (ME) ou Empresa de Pequeno Porte (EPP), esta deverá apresentar para credenciamento Certidão de enquadramento no Estatuto Nacional da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte fornecida pela Junta Comercial da sede do licitante. As sociedades simples, que não registrarem seus atos na Junta Comercial, deverão apresentar Certidão de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, atestando seu enquadramento nas hipóteses do Art. 3º da Lei Complementar 123/2006.

11.5.7. A empresa que não comprovar a condição de Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte, com a apresentação de um dos documentos acima descritos, **não terá direito aos benefícios concedidos pela Lei Complementar 123/2006.**

#### 11.6. DA QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

11.6.1. Certidão negativa de falência e Recuperação Judicial, expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, emitida em data não superior a 60 (sessenta) dias da sua apresentação;

11.6.2. Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social (acompanhados de cópia dos termos de abertura e encerramento do Livro Diário, devidamente autenticado pela Junta Comercial), que comprovem a boa situação financeira da empresa; ou balanço de abertura no caso de empresa/instituição recém-constituída, que comprovem a situação financeira da licitante.

#### 11.7. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

11.7.1. Comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível em características, quantidades e prazos com o objeto da licitação. A comprovação se dará por meio da apresentação de 01 (um) ou mais atestados ou certidões, fornecidos por pessoa jurídica de direito público ou privado, contendo as seguintes informações:

- a) Nome ou razão social, CNPJ, endereço completo do emitente e telefone;
- b) Data de emissão do atestado ou da certidão;
- c) Assinatura e identificação do signatário (nome, cargo e função que exerce junto à empresa emitente).

11.7.2. Certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido pelo 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, atestando que o licitante tem qualificação técnica de funcionamento.

11.7.3. A não apresentação dos comprovantes desqualificará automaticamente a licitante.

## **12. DOS PROCEDIMENTOS DA LICITAÇÃO**

12.1. Os trabalhos da Comissão de Licitação serão iniciados em sessão pública, com a identificação e o credenciamento dos representantes legais ou procuradores das Licitantes, conforme subitem 4.3, no local, data e horário previstos no subitem 1.1. deste Edital.

12.2. Não serão aceitos pela Comissão quaisquer documentos encaminhados por fax, ou envelopes que cheguem à Comissão fora do horário estabelecido para o seu recebimento constante no quadro que antecede o preâmbulo do Edital.

12.3. A Comissão receberá os envelopes de “PROPOSTA TÉCNICA (Apócrifa e Identificada), CAPACIDADE DE ATENDIMENTO E REPERTÓRIO, PROPOSTA DE PREÇOS e DOCUMENTAÇÃO”, procedendo a abertura dos envelopes “A” - PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA e “B” – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO E REPERTÓRIO.

12.4. Os envelopes “C” - PROPOSTA TÉCNICA (IDENTIFICADA); “D” – PROPOSTA DE PREÇOS e “E” - DOCUMENTAÇÃO - serão rubricados pela Comissão de Licitação e pelos representantes das licitantes ou comissão por eles nomeada e permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão de Licitação.

12.5. Na data e horário estabelecidos no subitem 1.1. do Edital, ocorrerá a abertura dos Envelopes “A” - PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA e Envelope “B” – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO E REPERTÓRIO, e todas as páginas das vias apócrifas serão codificadas por Envelope (exemplo: o primeiro Envelope aberto será codificado com 1A, o segundo com 2A, e assim sucessivamente) e rubricadas pelos membros da Comissão de Licitação e por todos os representantes das licitantes presentes, para posterior análise técnica.

12.6. Caso se constate qualquer tipo de informação, marca ou sinal no material que compõe a via apócrifa do Plano de Comunicação que permita a identificação de sua autoria, independente da fase do processo, a licitante será automaticamente desclassificada no certame e ficará impedida de participar das fases posteriores.

12.7. A análise dos documentos constantes dos Envelopes “A” - “PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA” e “B” – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO E REPERTÓRIO dar-se-á em sessão reservada e será realizada por Equipe Técnica designada.

12.7.1. A Equipe Técnica apresentará relatório sucinto e fundamentado de seu trabalho, devidamente assinado por seus integrantes, atribuindo e justificando notas às Propostas Técnicas Apócrifas e a Capacidade de Atendimento/Relatos devendo, para tanto, numerá-las, a fim de posteriormente identificá-las em correspondência com as Propostas Identificadas.

12.8. Após o término do julgamento do conteúdo dos Envelopes “A” - “PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA” e “B” – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO E REPERTÓRIO será divulgado no site do SENAR/RN, endereço: <https://www.senarrn.com.br/> e/ou por e-mail, o dia, hora e local de realização da sessão pública de abertura do conteúdo do Envelope “C” – PROPOSTA TÉCNICA IDENTIFICADA.

12.9. A sessão pública de abertura do conteúdo do Envelope “C” – PROPOSTA TÉCNICA IDENTIFICADA tem a finalidade de confrontar a via sem identificação, constante do Envelope A - PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA, com a via identificada, mantida em sigilo, constante do Envelope “C” - PROPOSTA TÉCNICA IDENTIFICADA.

12.10. Nessa sessão serão processadas as notas técnicas dos Envelopes “A” - PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA e “B” - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

E REPERTÓRIO, correlacionando-as com a identificação da licitante, consolidando as notas finais da Proposta Técnica.

12.11. A Comissão de Licitação, de posse dos conteúdos dos ENVELOPES “A”, “B” e “C”, fará apuração do resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos:

- a) Abertura dos invólucros com a via identificada do plano de comunicação.
- 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 geral da proposta técnica, registrando-se em ata a ordem de classificação e desclassificação, se for o caso, das propostas.

12.12. Serão classificadas em ordem decrescente, na fase da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem a maior pontuação no somatório das notas dos quesitos, conforme 13.3 deste Edital. A classificação final das propostas técnicas se dará com a aplicação da fórmula de Nota Proposta Técnica, conforme item 13.4.

12.13. Havendo renúncia expressa de todos os licitantes ao direito de interpor recurso contra o resultado do julgamento da proposta técnica, a Comissão poderá realizar a seu exclusivo critério, a abertura dos Envelopes “E” - Proposta de Preços nessa mesma sessão, cujo conteúdo será rubricado pelos membros da Comissão de Licitação e licitantes presentes.

12.14. Não ocorrendo renúncia expressa de todos os licitantes ao direito de interpor recurso contra o resultado da classificação de propostas técnicas, será aberto prazo recursal e, depois de julgados os recursos eventualmente interpostos, dar-se-á a abertura dos Envelopes “D” – Proposta de Preços, em data, hora e local a ser divulgada pela Comissão no site do SENAR/RN, endereço: <https://www.senarrn.com.br/> e/ou por e-mail.

12.15. Após a análise e resultado do exame das propostas de preço e concluídas as fases de valoração e avaliação das propostas técnicas e de preço, as licitantes serão classificadas em ordem decrescente, de acordo com a Nota Final (AF).

12.16. Havendo empate entre duas ou mais propostas no critério de Nota Final (NF), o desempate se dará em favor da licitante que tiver obtido a maior pontuação técnica. Persistindo o empate este será resolvido por sorteio na presença dos interessados.

12.17. Após a análise e divulgação do resultado final e julgados eventuais recursos interpostos, ou havendo a desistência expressa das licitantes em recorrer, a Comissão de Licitação procederá a abertura do **ENVELOPE “E” – DOCUMENTAÇÃO**, exclusivamente da licitante classificada em primeiro lugar.

12.18. Se a Licitante classificada em primeiro lugar for inabilitada e depois de julgados eventuais recursos por ela interpostos ou havendo a desistência expressa em recorrer, ou transcorrido o prazo sem interposição de recursos, proceder-se-á a abertura dos **ENVELOPES “E” – DOCUMENTAÇÃO** das Licitantes remanescentes, na ordem de classificação, obedecendo ao procedimento previsto no parágrafo único, do artigo 16 do Regulamento de Licitações e Contratos do SENAR, para que a(s) seguinte(s) classificada(s) que preencha(m) as condições de habilitação seja(m) declarada(s) Vencedora(s), nas condições de sua proposta.

12.19. Os documentos contidos no envelope “DOCUMENTAÇÃO” serão rubricados pelos representantes das licitantes, facultando-se aos mesmos o seu exame, registrando-se em ata as anotações solicitadas.

12.20. Quando houver a inabilitação de todas as licitantes a CPL poderá abrir novo prazo para apresentação de documentos livres dos fatos que ocasionaram a sua inabilitação.

12.21. Será declarada vencedora deste certame a licitante que tiver a **MAIOR NOTA FINAL**, desde que considerada habilitada nos termos deste Edital.

### **13. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

13.1. As licitantes deverão apresentar sua proposta técnica devidamente encadernada, **em 03 (três) vias**, contemplando, como fatores de pontuação, o **PLANO DE COMUNICAÇÃO** contendo: RACIOCÍNIO BÁSICO, ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, IDÉIA CRIATIVA, além de **CAPACIDADE DE ATENDIMENTO** e **REPERTÓRIO**, e deverão ainda observar o seguinte:

13.1.1. Critério - A Comissão de Licitação, após verificar se as propostas atendem às exigências estabelecidas na licitação e excluir as que divergem, passará ao julgamento e classificação das aprovadas, obedecendo ao Critério “TÉCNICA E PREÇO”.

13.1.2. As propostas técnicas serão julgadas e pontuadas por Técnicos Especialistas indicados, justificando-se circunstancialmente a pontuação atribuída, caso esteja abaixo da pontuação máxima, lavrando-se atas de suas reuniões que deverão ser assinadas por todos os seus integrantes.

13.1.3. A Comissão de Licitação poderá solicitar pareceres de técnicos pertencentes ao Quadro de Pessoal do **SENAR Rio Grande do Norte** ou, ainda, de terceiros (pessoas físicas ou jurídicas), para orientar sua decisão.

13.1.4. Cada proposta técnica poderá receber um máximo de **100 (cem) pontos** em sua avaliação, conforme os critérios abaixo estabelecidos.

## 13.2. DOS QUESITOS DE PONTUAÇÃO

### I. PLANO DE COMUNICAÇÃO:

#### 1. Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão:

- a) das características do **SENAR** e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do **SENAR** com seus públicos;
- c) do papel do **SENAR** no atual contexto social, político e econômico;

#### 2. Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) a adequação do conceito e do partido temático proposto à natureza e à qualificação do **SENAR** e a sua comunicação e/ou o seu problema específico de comunicação;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do **SENAR** com seus públicos;
- d) a adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação do **SENAR**;

- e) consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;

### **3. Ideia Criativa**

- a) sua adequação ao problema específico de comunicação do SENAR;
- b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- c) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;
- d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- f) sua pertinência às atividades do SENAR e à sua inserção na sociedade;
- g) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
- h) a exequibilidade das peças;
- i) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos;

## **II. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO**

- a) O tempo de experiência profissional da licitante em atividades publicitárias;
- b) A adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros técnicos;
- c) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais disponíveis durante a execução do contrato e a qualificação dos profissionais que estarão à disposição para a execução do contrato;
- d) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que serão colocadas regularmente à disposição do SENAR, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato;
- e) a operacionalidade do relacionamento entre do SENAR e a licitante, esquematizado na Proposta.

## **III. REPERTÓRIO**

- a) ideia criativa e sua pertinência;

- b) clareza da exposição do problema publicitário;
- c) consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- d) a relevância dos resultados apresentados.
- e) a qualidade da execução e do acabamento.

### 13.3. DA AVALIAÇÃO

- a) A nota final será igual a média ponderada das pontuações atribuídas pela Equipe Técnica, para cada um dos quesitos.
- b) A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de **100 (cem) pontos** e será apurada segundo o detalhamento a seguir.

| QUESITOS                            | ASPECTOS AVALIADOS                                                                                                            | PONTOS<br>(máximo) |
|-------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| <b>I) PLANO DE COMUNICAÇÃO:</b>     |                                                                                                                               | <b>70</b>          |
| <b>1) Raciocínio Básico</b>         | <b>Acuidade de compreensão:</b>                                                                                               |                    |
|                                     | a) das características do SENAR e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária                | 6                  |
|                                     | b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do SENAR com seu público-alvo                                         | 6                  |
|                                     | c) do papel do SENAR no atual contexto social, político e econômico                                                           | 8                  |
|                                     | <b>SUBTOTAL</b>                                                                                                               | <b>20</b>          |
| <b>2) Estratégia de Comunicação</b> | a) adequação do conceito proposto à natureza, qualificação e problemas do SENAR, conforme <i>briefing</i>                     | 5                  |
|                                     | b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa                                            | 5                  |
|                                     | c) a riqueza dos desdobramentos desse conceito para a comunicação do SENAR com seu público-alvo                               | 5                  |
|                                     | d) adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação do SENAR              | 5                  |
|                                     | e) consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta | 5                  |
|                                     | <b>SUBTOTAL</b>                                                                                                               | <b>25</b>          |
| <b>3) Ideia Criativa</b>            | a) adequação ao problema específico de comunicação do SENAR                                                                   | 5                  |
|                                     | b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos do SENAR                             | 3                  |
|                                     | c) a cobertura dos segmentos de público                                                                                       | 2                  |



|                                      |                                                                                                                                                                                                                                       |           |
|--------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
|                                      | contemplada por essa interpretações                                                                                                                                                                                                   |           |
|                                      | d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem                                                                                                                                                                       | 5         |
|                                      | e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta                                                                                                                                                                                    | 2         |
|                                      | f) sua pertinência à atividade desenvolvida pelo SENAR e sua inserção na sociedade                                                                                                                                                    | 2         |
|                                      | g) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados                                                                                                                                | 2         |
|                                      | h) a exequibilidade das peças                                                                                                                                                                                                         | 2         |
|                                      | i) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos                                                                                                                                                                       | 2         |
|                                      | <b>SUBTOTAL</b>                                                                                                                                                                                                                       | <b>25</b> |
| <b>II) CAPACIDADE DE ATENDIMENTO</b> |                                                                                                                                                                                                                                       | <b>15</b> |
|                                      | a) O tempo de experiência profissional da licitante em atividades publicitárias, observando-se, para tanto, a relação nominal dos seus principais clientes e o período de atendimento a cada um deles                                 | 3         |
|                                      | b) A adequação das qualificações dos profissionais a serem alocadas aos serviços a contratar à estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos mesmos.                           | 3         |
|                                      | c) A adequação das instalações, da sede quando for o caso e, principalmente, em Brasília, da infraestrutura e dos recursos materiais e tecnológicos alocados pela licitante e que estarão disponíveis durante a execução do contrato. | 2         |
|                                      | d) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação que serão colocadas regularmente a disposição do SENAR, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato                                                   | 4         |
|                                      | e) a operacionalidade do relacionamento entre o SENAR e a licitante, a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na proposta                                                                         | 3         |
|                                      | <b>SUBTOTAL:</b>                                                                                                                                                                                                                      | <b>15</b> |
| <b>III) REPERTÓRIO</b>               |                                                                                                                                                                                                                                       | <b>15</b> |
|                                      | a) ideia criativa e sua pertinência                                                                                                                                                                                                   | 5         |
|                                      | clareza da exposição do problema publicitário                                                                                                                                                                                         | 2         |
|                                      | c) consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução                                                                                                                                                               | 3         |
|                                      | d) relevância dos resultados apresentados                                                                                                                                                                                             | 2         |
|                                      | e) qualidade da execução do acabamento                                                                                                                                                                                                | 3         |

|  |                 |            |
|--|-----------------|------------|
|  | <b>SUBTOTAL</b> | <b>15</b>  |
|  | <b>TOTAL:</b>   | <b>100</b> |

c) Na avaliação das propostas técnicas, os julgadores poderão conferir ao “aspecto avaliado” pontuação inferior ao respectivo máximo previsto no subitem anterior.

d) A nota de cada “aspecto avaliado” e, portanto, a correspondente ao respectivo quesito corresponderá à média aritmética da soma das notas de cada Técnico Especialista.

e) A nota de cada licitante corresponderá à soma das notas dos quesitos.

13.3.1. Será desclassificada a Proposta que:

- a) Não atender às exigências do Edital e de seus anexos;
- b) Não alcançar, no total, a nota mínima de 70 (setenta) pontos;
- c) Obter nota zero em qualquer dos quesitos: Plano de Comunicação, Estratégia de Comunicação Publicitária e Ideia Criativa;
- d) obtiverem 0 (zero) na apuração da nota pela média ponderada a que se refere a alínea “a” do item 13.3, em qualquer dos quesitos a que se referem o Plano de Comunicação, Repertório ou Capacidade de Atendimento.

13.3.2. Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento das Propostas Técnicas, a licitante que obtiver a maior pontuação na soma das notas dos quesitos;

13.3.3. Em caso de empate, será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos itens: Plano de Comunicação, Repertório e Capacidade de Atendimento;

13.3.4. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público marcado pela Comissão de Licitação, cuja data será divulgada.

#### 13.4. NOTA DE PROPOSTA TÉCNICA

13.4.1. A Nota de Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir:

- a) A nota do quesito corresponderá à média ponderada das notas de cada membro da Subcomissão Técnica, obedecidos os critérios. Em caso de ocorrer diferença, entre a maior e a menor pontuação, superior a 20% (vinte por cento)

da pontuação máxima em determinado quesito, a Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída ao referido quesito, a fim de reestabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas a ele, em conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório. Persistindo a diferença de pontuação superior a 20% (vinte por cento) após a reavaliação do quesito por parte da Subcomissão Técnica, seus membros autores das pontuações consideradas destoantes deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, sendo assinada por todos os membros da Subcomissão Técnica e passará a compor o processo da licitação;

b) A nota de cada LICITANTE corresponderá à soma das notas dos quesitos.

#### **14. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS**

14.1. As “Propostas de Preços” das licitantes classificadas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Edital e Anexos.

14.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que:

14.2.1. Não atender às exigências do Edital e de seus anexos, que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

14.2.2. Apresentar qualquer acréscimo aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Rio Grande do Norte, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria licitante.

14.2.3. Apresentar desconto superior a 30% (trinta por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Rio Grande do Norte, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria licitante, evidenciando prática não condizente com a realidade do mercado e condições antieconômicas, anticoncorrenciais e concorrência desleal.

14.2.4. Apresentar percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) e inferior a 10% (dez por cento) referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência

concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros.

14.2.5. Apresentarem percentual de honorários superior a 10% (dez por cento) e inferior a 5% (cinco por cento) incidente sobre os custos de serviços especiais (serviço ou suprimento) realizados por terceiros, quando a responsabilidade das contratadas limitarem-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, conforme as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, expedidas pelo CENP (Conselho Executivo das Normas Padrão);

14.2.6. Apresentar proposta para honorários sobre os serviços de terceiros e suprimentos externo inferior a 5% (cinco por cento), evidenciando prática não condizente com a realidade do mercado, e condições antieconômicas, anticoncorrenciais e concorrência desleal.

14.2.7. Apresentar desconto padrão não inferior a 20% (vinte por cento), sobre o valor dos negócios que encaminhar ao veículo de divulgação por conta e ordem de seus clientes. Em atenção ao item 2.5.1 das Normas-Padrão da atividade Publicitária.

14.3. Os quesitos a serem valorados integram o modelo de Proposta de Preços.

14.4. A Proposta de Preços que obtiver o maior somatório das notas será considerada como a de menor preço.

14.5. Se houver empate, será considerada como de menor preço a Proposta que apresentar, sucessivamente: o menor preço percentual de honorário referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto padrão de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros; o menor percentual de honorários incidente sobre os custos de outros serviços realizados por terceiros ou o maior percentual de desconto sobre os custos internos.

#### **14.6. NOTA DE PROPOSTA DE PREÇOS**

14.6.1. A Comissão atribuirá notas para cada um dos quesitos a serem valorados, conforme a seguinte tabela:

a) Proposta(s) de maior desconto entre todas, atribui 10 pontos.

- b) Proposta(s) com o segundo maior desconto, atribui 9 pontos.
- c) Proposta(s) com o terceiro maior desconto, atribui 8 pontos.
- d) Proposta(s) com o quarto maior desconto, atribui 7 pontos.
- e) Proposta(s) com o quinto maior desconto, atribui 6 pontos.
- f) Proposta(s) com o sexto desconto, atribui 5 pontos, e assim por diante (decrecendo de 1 ponto), utilizando o mesmo critério, sendo que a partir da décima proposta com o maior desconto, a todas será atribuído 1 (um) ponto.

14.6.2. A nota de cada Proposta de Preços será obtida mediante a soma das notas dos quesitos constantes dessa tabela constante do subitem 13.6.1. acima.

## **15. DO RESULTADO FINAL**

15.1. Será considerada vencedora final desta Concorrência, aquela licitante que obtiver a MAIOR NOTA FINAL (NF), calculada por meio da soma simples das Notas de Proposta Técnica e Nota de Proposta de Preço, conforme a expressão a seguir:

$$\text{NF} = \text{Notas de Proposta Técnica} + \text{Nota de Proposta de Preço}$$

15.2. A classificação final das propostas será feita em ordem decrescente dos números correspondentes às Notas Finais, sendo declarada vencedora a proposta que atingir a MAIOR NOTA FINAL.

15.3. Havendo empate entre duas ou mais propostas no critério de Nota Final (NF), o desempate se dará em favor da licitante que tiver obtido a maior pontuação técnica. Persistindo o empate este será resolvido por sorteio na presença dos interessados.

## **16. DOS RECURSOS**

16.1. Dos resultados da fase de habilitação, dos julgamentos das propostas técnica e de preço e do resultado final caberão recursos escritos e fundamentados dirigidos, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação, ao Presidente do Conselho Deliberativo.

16.1.1. Os eventuais recursos deverão ser interpostos no prazo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação da decisão recorrida, pela licitante que se julgar prejudicada.

16.2. Os recursos serão recebidos com efeito suspensivo e serão julgados no prazo de até 10 (dez) dias contados da data final para sua interposição, pelo Presidente do Conselho Administrativo do SENAR-AR/RN ou por quem este delegar competência nos termos do artigo 23 do Regulamento de Licitações e Contratos do SENAR.

16.3. Os recursos deverão ser apresentados por meio de petição circunstanciada e protocolados no horário de 08h às 12h e das 14h às 18h, exclusivamente no **Protocolo do SENAR**, situada na Rua Dom José Tomaz, 995, Tirol - Natal, RN – CEP: 59.022-250 ou através do e-mail: [cpl@senarn.com.br](mailto:cpl@senarn.com.br).

16.4. O provimento do recurso importará na invalidação apenas dos atos insuscetíveis de aproveitamento.

16.4.1. Não serão considerados os recursos protocolados fora do horário e em local diferente do indicado no item 16.3.

16.4.2. A licitante que puder vir a ter a sua situação efetivamente prejudicada em razão de recurso interposto poderá sobre ele se manifestar no mesmo prazo recursal de 02 (dois) dias úteis, que correrá da comunicação da interposição do recurso, conforme disposto no § 3º art. 22, do Regulamento de Licitações e Contratos do SENAR.

## **17. DA CONVOCAÇÃO PARA A ASSINATURA DO CONTRATO**

17.1. A Licitante vencedora terá o prazo de 03 (três) dias, contados da data da convocação, para assinar e devolver o instrumento contratual.

17.2. Caso a licitante vencedora se recuse a assinar o contrato, a CONTRATANTE poderá, a seu critério, convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições estabelecidas na proposta de menor preço, ou revogar esta concorrência.

## **18. DAS PENALIDADES**

18.1. O Descumprimento do objeto licitado sujeitará a licitante as penalidades previstas abaixo, garantida a ampla defesa.

a) Advertência;

- b) Multa de 2% sobre o valor mensal faturado, dobrável no caso de reincidência, a critério exclusivo do **SENAR-AR/RN**, que será descontado do pagamento subsequente;
- c) Suspensão do direito de firmar Contrato com o **SENAR-AR/RN**, durante o prazo de até 02 (dois) anos;
- d) Declaração de inidoneidade para licitar e contratar com o **SENAR-AR/RN**, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a sua reabilitação.

18.2. A multa e a penalidade somente poderão ser relevadas nos casos fortuitos e de força maior, devidamente justificada e comprovada.

## **19. SOLUÇÃO DOS CASOS OMISSOS**

Os casos omissos serão solucionados diretamente pela Comissão Permanente de Licitação, observado o Regulamento de Licitações e Contratos do Serviço Nacional de Aprendizagem Rural, que pode ser acessado no endereço: <http://www.senarn.com.br>.

## **20. DA AUTORIDADE COMPETENTE PARA A HOMOLOGAÇÃO DO RESULTADO DA LICITAÇÃO E ADJUDICAÇÃO DO SEU OBJETO**

A homologação e adjudicação dos atos desta Concorrência serão efetivadas pelo Presidente do Conselho Administrativo do SENAR-AR/RN ou por quem este delegar competência.

## **21. DO PAGAMENTO**

21.1. O pagamento será efetuado em moeda corrente, após cada fornecimento de serviço objeto deste certame, por crédito automático via internet ou boleto bancário, de acordo com o calendário de pagamento da regional, mediante apresentação dos documentos abaixo:

- a) Nota Fiscal válida, legível e sem rasuras;
- b) Certidão conjunta negativa de débitos relativos aos Tributos Federais e à Dívida Ativa da União;
- c) Certificado de Regularidade do FGTS;
- d) Certidão conjunta negativa de débitos relativos aos Tributos Estaduais e a Dívida Ativa do Estado;

e) Certidão negativa de débitos para com a Fazenda Municipal, da sede do licitante;

f) Certidão negativa de débitos trabalhistas;

21.2. Para liquidação dos valores relativos à execução do objeto, será ainda observado o que segue:

21.2.1. O SENAR se reserva o direito de recusar-se ao recebimento, bem como de não efetuar o pagamento correspondente, caso o objeto não esteja em estrita conformidade com as Especificações Técnicas constantes do Termo de Referência, proposta de fornecimento e contrato celebrado;

21.2.2. As Faturas de Fornecimento ou de Prestações de Serviços, Notas de Serviços ou Nota Fiscal/Fatura não aprovadas pelo SENAR serão devolvidas a contratada, para as devidas correções, acompanhadas dos motivos de sua rejeição, recontando-se para pagamento o prazo estabelecido no subitem 20.1 deste Edital, a partir da sua reapresentação, sem qualquer tipo de correção de seu valor.

## **22. DOS PEDIDOS DE ESCLARECIMENTOS E DA IMPUGNAÇÃO**

22.1. Os pedidos de esclarecimentos deverão ser encaminhados à Comissão Permanente de Licitação, no endereço eletrônico [cpl@senarn.com.br](mailto:cpl@senarn.com.br).

22.2. Até **02 (dois) dias úteis** antes da data fixada para a realização da sessão, qualquer interessado poderá solicitar esclarecimento, requerer providências ou impugnar o ato convocatório.

22.3. As impugnações ao edital deverão ser encaminhadas por requerimento formal, dirigido à Comissão Permanente de Licitação, e protocoladas no endereço descrito no preâmbulo deste Edital, no mesmo prazo estabelecido no item 22.2, apontando de forma clara e objetiva as falhas e/ou irregularidades que entende tê-lo viciado.

22.4. Caberá à Comissão Permanente de Licitação, decidir, no prazo de até 24 (vinte e quatro) horas antes do dia marcado para a realização do certame, sobre a impugnação interposta e os pedidos de esclarecimentos.

22.5. Se procedente e acolhida a impugnação deste Edital, as alterações serão comunicadas aos interessados pela mesma forma com que se deu a divulgação ao texto original, reabrindo-se o prazo inicialmente estabelecido, exceto quando a alteração não afetar a formulação das propostas. Neste último



caso, será designada nova data para a realização da sessão, no mesmo prazo anteriormente fixado, através dos mesmos meios de publicação utilizados inicialmente, sem necessidade de reabertura de prazos.

22.6. As respostas aos pedidos de esclarecimentos formulados serão encaminhados via e-mail para todos os licitantes cadastrados e divulgadas mediante publicação de nota no endereço eletrônico: [www.senarn.com.br](http://www.senarn.com.br), no mesmo link onde está publicado o edital, ficando as empresas interessadas em participar do certame obrigadas a acessá-la para a obtenção das informações prestadas.

### **23. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS**

23.1. Serão inabilitadas as licitantes e/ou desclassificadas as propostas que não tenham atendido as condições estabelecidas neste Instrumento Convocatório e seus Anexos. Salvo os casos onde todas as licitantes tenham sido inabilitadas ou todas as propostas tenham sido desclassificadas, onde a CPL poderá fixar um prazo para as licitantes apresentarem nova documentação ou outras propostas escoimadas das causas de suas inabilitações ou desclassificações.

23.2. O SENAR se reserva o direito de cancelar esta licitação antes da assinatura do contrato, mediante prévia justificativa, sem que caiba às licitantes qualquer recurso, reclamação ou indenização (art. 40 do RLC).

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

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

23.5. Qualquer alteração neste Edital será comunicada aos interessados pela mesma forma com que se deu a divulgação ao texto original, reabrindo-se o prazo inicialmente estabelecido, exceto quando a alteração não afetar a

formulação das propostas. Neste último caso, as alterações serão publicadas exclusivamente na página da entidade na internet, no endereço [www.senarn.com.br](http://www.senarn.com.br), sem necessidade de reabertura de prazos.

23.6. As empresas interessadas deverão manter-se atualizadas de quaisquer alterações e/ou esclarecimentos sobre o edital, através de consulta permanente ao endereço acima indicado, não cabendo ao SENAR-AR/RN a responsabilidade pela não observância deste procedimento.

23.7. Entregues todos os envelopes à Comissão Permanente de Licitação e desde que aberto pelo menos um deles, de qualquer um dos licitantes, não será mais permitida a desistência de participação no certame.

23.8. Das sessões públicas serão lavradas atas, as quais serão assinadas pelos membros da CPL e pelas licitantes presentes, se assim o desejarem, com os registros de todas as ocorrências.

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

23.10. Fica eleito o Foro de Natal/RN, para dirimir eventual controvérsia que decorra da presente licitação.

23.11. Constituem partes integrantes e complementares deste instrumento os seguintes anexos:

Anexo I – Termo de Referência

Anexo II – Briefing

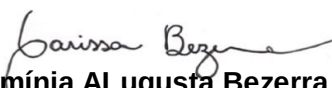
Anexo III – Declaração de Inexistência de fato impeditivo da habilitação;

Anexo IV – Declaração de cumprimento do disposto no inciso XXXIII, art. 7º, da Constituição Federal;

Anexo V - Modelo de Proposta

Anexo VI – Minuta de Contrato

Natal-RN, 13 de setembro de 2022.

  
**Larissa Hermínia ALugusta Bezerra**  
Presidente

**ANEXO I**
**TERMO DE REFERÊNCIA**
**O Serviço Nacional de Aprendizagem Rural – Administração Regional do Rio Grande do Norte (SENAR-AR/RN)**
**1. DO OBJETO:**

1.1 - contratação de pessoa jurídica para prestação de serviços de publicidade, propaganda e comunicação incluindo estudo, planejamento, concepção, execução, distribuição e controle de veiculação de programas e campanhas publicitárias institucionais para os serviços e eventos internos e externos do SENAR-AR/RN, controle das inserções publicitárias (mídias contratadas e mídia digital) nos veículos de divulgação, tais como jornal impresso, revistas, sites, televisão, rádio, dentre outros, a serem prestados por agência de propaganda, conforme especificações mínimas e quantidades constantes neste Termo de Referência, sendo:

- **Para Jornal Impresso:**

| Lote | Descrição                                                   | Quant. | Valor estimado |
|------|-------------------------------------------------------------|--------|----------------|
| 01   | Anúncio 1 página: 29,6 cm largura x 51,0 altura (6 COLUNAS) | 04     | 130.000,00     |
|      | Anúncio: ½ página: 29,6 cm largura x 26,0 (4 COLUNAS)       | 04     |                |

- **Para Revistas:**

| Lote | Descrição                               | Quant. | Valor estimado |
|------|-----------------------------------------|--------|----------------|
| 02   | Anúncio: 01 página inteira 21 x 26,5 cm | 02     | 20.000,00      |

- **Para Rádios:**

| Lote | Descrição                              | Quant. | Valor estimado |
|------|----------------------------------------|--------|----------------|
| 03   | Gravação                               | 04     | 50.000,00      |
|      | Veiculação de Spots de até 30 segundos | 528    |                |

- **Para Televisão:**

| Lote | Descrição                                                                                                                                            | Quant. | Valor estimado |
|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|----------------|
| 04   | Veiculação de anúncio/patrocínio em programas de televisão, preferencialmente, de conteúdo jornalístico voltado para o agronegócio – VT 15 segundos. | 48     | 200.000,00     |
|      | Gravação, produção e edição de vídeos de até 15 segundos para anúncio em televisão.                                                                  | 05     |                |
|      | Gravação, produção e edição de vídeos de até 10 minutos para o YouTube e redes sociais.                                                              | 15     |                |

## 2. DA JUSTIFICATIVA PARA A CONTRATAÇÃO

2.1. **A contratação dos serviços justifica-se em face da** necessidade da realização de publicidade institucional do SENAR-AR/RN, possibilitando assim a divulgação de nossas ações, projetos, serviços, execução de cursos e/ou convênios, participação em feiras, congressos e seminários.

## 3 - DA ESTIMATIVA DE PREÇO E DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA E FINANCEIRA PARA A DESPESA.

3.1. O valor estimado da presente licitação e de até 400.000,00 (quatrocentos mil reais).

3.2. As despesas com a execução dos serviços contratados correrão por conta dos recursos oriundos do SENAR-AR/RN.

#### **4. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA**

4.1. Comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível em características, quantidades e prazos com o objeto da licitação. A comprovação se dará por meio da apresentação de 01 (um) ou mais atestados ou certidões, fornecidos por pessoa jurídica de direito público ou privado, contendo as seguintes informações:

- a) Nome ou razão social, CNPJ e endereço completo do emitente;
- b) Data de emissão do atestado ou da certidão;
- c) Assinatura e identificação do signatário (nome, cargo e função que exerce junto à empresa emitente).

4.2. Apresentar comprovante de registro no Conselho Executivo das Normas Padrão – CENP.

4.3. A não apresentação dos comprovantes desqualificará automaticamente a licitante.

#### **5. VALORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA**

5.1. A Pontuação Técnica será composta por 03 (três) fatores de avaliação: Plano de Comunicação, Repertório e Capacidade de Atendimento. Serão desclassificadas as Licitantes que não alcançarem o mínimo de 70% da pontuação técnica, conforme descrito abaixo

| <b>Fatores de avaliação da PONTUAÇÃO TÉCNICA<br/>(Envelope B)</b> | <b>Pontuação Máxima</b> |
|-------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| Plano de Comunicação                                              | 70                      |
| Capacidade de Atendimento                                         | 15                      |
| Repertório                                                        | 15                      |
| <b>Total de pontos</b>                                            | <b>100</b>              |

#### **6. PROPOSTA TÉCNICA – Envelope “A” (Apócrifo) – Via Não Identificada**

6.1. Para o conteúdo do **Envelope “A”** deverá ser observado o descrito abaixo, sendo a sua composição de **PLANO DE COMUNICAÇÃO** formado por Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa.

A) **PLANO DE COMUNICAÇÃO** – Deverá ser elaborado pelo licitante participante, com base no *Briefing* – Anexo I deste Termo, o qual compreenderá os seguintes quesitos:

a.1) **Raciocínio Básico**: texto sem anexos, usando no máximo 3 (três) laudas, no tamanho A-4, onde o licitante demonstrará seu entendimento sobre os objetivos de comunicação do **SENAR RIO GRANDE DO NORTE**, definidos no *briefing*;

a.2) **Estratégia de Comunicação Publicitária**: texto sem anexos, usando no máximo 05 (cinco) laudas, no tamanho A-4, onde o licitante apresentará a estratégia que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a comunicação do **SENAR RIO GRANDE DO NORTE**, cujos objetivos foram apresentados no *briefing*;

a.3) **Ideia Criativa**: texto em que a licitante se limitará a apresentar a síntese da estratégia de comunicação publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, que pode ou não assumir a forma de um *slogan* ou conceito criativo passível de ser utilizado em ações de comunicação das instituições. A ideia criativa deve constituir uma proposta de solução do problema específico de comunicação;

a.3.1) como parte do quesito **Ideia Criativa**, a licitante apresentará campanha publicitária com exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução ao problema específico. Os exemplos de peças devem ser apresentados sob a forma de *layout*, podendo ser acompanhado de roteiro, *story-board* impresso ou “monstro” de peça de rádio, com ou sem música, limitados a uma peça para cada meio (convencional ou não convencional) de veiculação proposto pela licitante. Estas peças podem ser apresentadas em formatos compatíveis com suas características.

a.4. Os textos pertinentes ao **PLANO DE COMUNICAÇÃO** estão limitados a 10 (dez) laudas, ressalvado os roteiros das peças de que trata a alínea “a.3.1” da Ideia Criativa.

a.5. A exclusivo critério do **SENAR**, o Plano de Comunicação da licitante vencedora poderá ou não vir a ser utilizado, com ou sem modificações, na vigência do contrato.

6.1.1. O conteúdo da “**PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA**” (**Envelope “A”**) deverá ser acondicionado em **Envelope obrigatoriamente fornecido pelo SENAR** a ser retirado pelo Licitante. É vedada a aposição, neste Envelope e em todo o seu conteúdo, de qualquer tipo de identificação da Licitante, marca, sinal ou qualquer outro tipo de elemento que a identifique inclusive com etiquetas e lacres

6.1.2. Havendo qualquer sinal de identificação no Envelope “A”, nenhum Envelope será recebido e a Licitante ficará impedida de participar do certame, registrando-se em Ata.

6.1.3. Apenas o envelope “A” - **PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA** será fornecido pelo SENAR, juntamente com o lacre devendo a licitante providenciar os demais envelopes necessários.

6.1.4. O Envelope “A” - **PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA** a ser fornecido pelo SENAR deverá ser retirado pela interessada no endereço: Comissão Permanente de Licitação, com endereço na Rua DOM JOSÉ TOMAZ, 995 – TIROL, em NATAL, RIO GRANDE DO NORTE, CEP 59022-250, no horário das 8h00 às 12h00 e das 14h00 às 18h00, mediante preenchimento de recibo contendo nome da empresa, CNPJ, endereço, telefone de contato, e-mail.

## **7. PROPOSTA TÉCNICA - ENVELOPE “B” – REPERTÓRIO E CAPACIDADE DE ATENDIMENTO será composto de:**

**A) CAPACIDADE DE ATENDIMENTO:** texto em que o licitante apresentará:

a.1) relação nominal dos principais clientes atendidos pelo licitante nos últimos 03 (três) anos, com a especificação do período de atendimento de cada um deles;

a.2) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio e TV;

a.3) as instalações em Natal, a infraestrutura e os recursos materiais e tecnológicos disponíveis para a execução do contrato;

a.4) a sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pela licitante, na execução do contrato, incluídos os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

a.5) a discriminação das informações de comunicação e marketing que colocará regularmente à disposição das organizações, sem ônus adicional, durante a execução do contrato.

a.6. Os textos pertinentes à CAPACIDADE DE ATENDIMENTO estão limitados a 5 (cinco) laudas, ressalvados os textos relativos aos currículos mencionados na alínea "b.2".

a.7. O não cumprimento de qualquer item referente à Proposta Técnica implicará na desclassificação automática do licitante.

**B) REPERTÓRIO:** consiste na apresentação de um conjunto de trabalhos, concebidos e veiculados pela licitante, para anunciantes, excluídos os trabalhos realizados para o Serviço Nacional de Aprendizagem Rural do Rio Grande do Norte– SENAR/RN, sob a forma de peças e respectivas memórias técnicas, onde se incluirá indicação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver. A licitante poderá apresentar até duas peças para cada um dos meios de comunicação - eletrônicos e impresso: TV, rádio, revista e jornal. Cada peça deverá conter ficha técnica com a identificação da licitante, título, data de produção, período de veiculação e menção de pelo menos dois veículos que a divulgaram. As fitas de vídeo deverão ser fornecidas em pen-drive, DVD e os *spots* e/ou jingles, em CD.

## **8. ORIENTAÇÕES GERAIS PARA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA**

**8.1.** As propostas técnicas deverão ser apresentadas nos envelopes “A”, “B” e “C”, na forma estabelecida no Edital e deverão atender aos seguintes requisitos:

8.1.1. Serem redigidas em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente – com clareza, sem emendas, entrelinhas ou rasuras, em papel contendo o timbre da empresa, endereço completo, número do telefone, e-mail e fax, quando existente, com referência a esta licitação, **com exceção do Envelope “A” – Proposta Técnica Apócrifa, que não poderá ser identificado, sob pena de desclassificação;**

8.1.2. Todos os conteúdos dos envelopes “A” e “C”, obrigatoriamente, deverão ser apresentados em fonte arial, corpo 12, na cor preta, alinhamento justificado, espaçamento entre linhas 1,5, espaçamento de parágrafos 6 pontos (antes e depois), encadernação espiral na cor preta, capa transparente e contracapa na cor preta, formato do papel A4 e Margens da Página em configuração Normal, com as medidas: Superior: 2,5 cm /Inferior: 2,5 cm / Esquerda: 3 cm / Direita: 3 cm e numeração centralizada na parte inferior.

8.1.3. As impressões das peças apresentadas no item Ideia Criativa deverão ser afixadas sobre papel cartão na cor **branca** (gramatura padrão, entre 200 a 500 gr/m³). O tamanho das impressões e das pranchas em papel cartão poderá ser escolhido pelas agências, desde que caibam no envelope padrão a ser disponibilizado pela Comissão de Licitação e de maneira a não danificar o envelope ou as peças.

8.1.4. Sempre que necessário, a extensão do arquivo de apresentação de DVD e/ou CD de monstros ou peças de rádio será respectivamente “monstro\_radio.mp3”. Fica a critério da



licitante a nomeação dos arquivos, desde que não haja qualquer símbolo, sinal ou outro mecanismo que remeta a identificação da mesma.

8.1.5. Para o Plano de Comunicação, constante nos Envelopes A e C, os textos, no total, não poderão exceder a 10 (dez) laudas com no máximo **50 (cinquenta) linhas cada uma, considerando os espaçamentos entre Parágrafos como uma linha**. As peças de ideia criativa a serem apresentadas serão limitadas a 10 (dez) peças.

8.1.6. Para a Capacidade de Atendimento e Repertório, constantes no Envelope B, o caderno de textos e documentos não poderá exceder 100 (cem) laudas com no máximo **50 (cinquenta) linhas cada uma, considerando os espaçamentos entre Parágrafos como uma linha**.

**8.1.7.** Terem as páginas numeradas sequencialmente, por envelope, serem assinadas em sua parte final, bem como rubricadas em todas as folhas pelo representante legal da licitante **com exceção do Envelope “A” – Proposta Técnica Apócrifa, que não poderá ser identificado, sob pena de desclassificação**”.

## **9. DA PROPOSTA DE PREÇOS (ENVELOPE “D”)**

9.1. A Proposta de Preço deverá conter todos os elementos a seguir relacionados:

l) declarações nas quais a licitante estabelecerá os percentuais máximos a serem pagos pelos contratantes:

- a) A atores e modelos, em relação ao cachê original, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, entendido que o valor inicialmente contratado poderá ser repactuado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo a variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos;
- b) Aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas às peças, sobre o valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente pactuado, entendido que o valor inicialmente contratado poderá ser repactuado aplicando-se, em tal caso, no máximo a variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

9.2. Com base no artigo 11 da Lei nº 4.680/65 e especialmente nos itens 2.8, 2.9, 2.10, 3.6 e 3.11 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, expedidas pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP (invocadas expressamente pelo art. 7º do Decreto nº 57.690/66, que regulamenta a Lei nº 4.680/65) deverão ser observados os seguintes parâmetros na proposta de preços:

a) Sobre os descontos estabelecidos pelas Normas-Padrão da Atividade Publicitária (itens 3.6, 3.6.1 e 3.6.2), a licitante oferecerá redução dos honorários incidentes sobre os preços de serviços instrumentais de terceiros (serviços e suprimentos externos) e dos honorários incidentes sobre serviços especiais realizados por terceiros (tais como pesquisa, promoção, orientação e registro de marcas, logotipos e outros elementos de programação visual), fixando seus honorários, de modo uniforme, entre um máximo de 10% (dez por cento) e um mínimo de 5% (cinco por cento);

b) Para efeito de cálculo (aferição do melhor preço), dos honorários oferecidos (entre 5% e 10%) será desconsiderado o símbolo %, indicando dessa forma Nota de Preços (NP) da respectiva licitante, cujo patamar mínimo não deve ser inferior a 5 (cinco) pontos (honorários mínimos admitidos) e o patamar máximo não deve ser superior a 10 (dez) pontos (honorários máximos admitidos).

9.3. Os percentuais a serem propostos serão de exclusiva responsabilidade do licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

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

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

9.6. Caso todas as licitantes tenham suas Propostas de Preço desclassificadas, a Comissão poderá fixar o prazo de oito dias úteis para apresentação de novas Propostas de Preço, escoimadas das causas da desclassificação.

## **10. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

10.1. As licitantes deverão apresentar sua proposta técnica devidamente encadernada, **em 03 (três) vias**, contemplando, como fatores de pontuação, o **PLANO DE COMUNICAÇÃO** contendo: RACIOCÍNIO BÁSICO, ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, IDÉIA CRIATIVA, além de **CAPACIDADE DE ATENDIMENTO** e **REPERTÓRIO**, e deverão ainda observar o seguinte:

10.1.2. Critério - A Comissão de Licitação, após verificar se as propostas atendem às exigências estabelecidas na licitação e excluir as que divergem, passará ao julgamento e classificação das aprovadas, obedecendo ao Critério “TÉCNICA E PREÇO”, dando-se Peso 6 (seis) à Proposta Técnica e Peso 4 (quatro) à Proposta de Preço.

10.1.3. As propostas técnicas serão julgadas e pontuadas por Técnicos Especialistas indicados, justificando-se circunstancialmente a pontuação atribuída, caso esteja abaixo da pontuação máxima, lavrando-se atas de suas reuniões que deverão ser assinadas por todos os seus integrantes.

10.1.4. A Comissão de Licitação poderá solicitar pareceres de técnicos pertencentes ao Quadro de Pessoal do **SENAR Rio Grande do Norte** ou, ainda, de terceiros (pessoas físicas ou jurídicas), para orientar sua decisão.

10.1.5. Cada proposta técnica poderá receber um máximo de **100 (cem) pontos** em sua avaliação, conforme os critérios abaixo estabelecidos:

## **10.2. DOS QUESITOS DE PONTUAÇÃO**

### **I. PLANO DE COMUNICAÇÃO:**

#### **1. Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão:**

- a) das características do **SENAR** e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do **SENAR** com seus públicos;
- c) do papel do **SENAR** no atual contexto social, político e econômico;

#### **2. Estratégia de Comunicação Publicitária**

- a) a adequação do conceito e do partido temático proposto à natureza e à qualificação do SENAR e a sua comunicação e/ou o seu problema específico de comunicação;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do **SENAR** com seus públicos;
- d) a adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação do **SENAR**;

e) consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;

### **3. Ideia Criativa**

- a) sua adequação ao problema específico de comunicação do SENAR;
- b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- c) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;
- d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- f) sua pertinência às atividades do SENAR e à sua inserção na sociedade;
- g) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
- h) a exequibilidade das peças;
- i) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos;

## **II. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO**

- a) o tempo de experiência profissional em atividades publicitárias;
- b) a adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros técnicos;
- c) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais disponíveis durante a execução do contrato e a qualificação dos profissionais que estarão a disposição para a execução do contrato;
- d) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que serão colocadas regularmente à disposição do SENAR, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato;
- e) a operacionalidade do relacionamento entre do SENAR e a licitante, esquematizado na Proposta.

## **III. REPERTÓRIO**

- a) ideia criativa e sua pertinência;
- b) clareza da exposição do problema publicitário;
- c) consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- d) a relevância dos resultados apresentados.
- e) a qualidade da execução e do acabamento.

## **11. DA AVALIAÇÃO**

- a) A nota final será igual a média ponderada das pontuações atribuídas pela Equipe Técnica, para cada um dos quesitos.
- b) A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de **100 (cem) pontos** e será apurada segundo o detalhamento a seguir.

### QUADRO DE ATRIBUIÇÕES DE PONTOS

| QUESITOS                            | ASPECTOS AVALIADOS                                                                                             | PONTOS<br>(máximo) |
|-------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| <b>I) PLANO DE COMUNICAÇÃO:</b>     |                                                                                                                | <b>70</b>          |
| <b>1) Raciocínio Básico</b>         | <b>Acuidade de compreensão:</b>                                                                                |                    |
|                                     | a) das características do SENAR e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária | 6                  |
|                                     | b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do SENAR com seu público-alvo                          | 6                  |
|                                     | c) do papel do SENAR no atual contexto social, político e econômico                                            | 8                  |
|                                     | <b>SUBTOTAL</b>                                                                                                | <b>20</b>          |
| <b>2) Estratégia de Comunicação</b> | a) adequação do conceito proposto à natureza, qualificação e problemas do SENAR, conforme <i>briefing</i>      | 5                  |
|                                     | b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa                             | 5                  |
|                                     | c) a riqueza dos desdobramentos desse conceito para a comunicação do SENAR com seu público-alvo                | 5                  |
|                                     | d) adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema                                  | 5                  |

|                                      |                                                                                                                               |           |
|--------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
|                                      | específico de comunicação do SENAR                                                                                            |           |
|                                      | e) consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta | 5         |
|                                      | <b>SUBTOTAL</b>                                                                                                               | <b>25</b> |
| <b>3) Ideia Criativa</b>             | a) adequação ao problema específico de comunicação do SENAR                                                                   | 5         |
|                                      | b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos do SENAR                             | 3         |
|                                      | c) a cobertura dos segmentos de público contemplada por essa interpretações                                                   | 2         |
|                                      | d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem                                                               | 5         |
|                                      | e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta                                                                            | 2         |
|                                      | f) sua pertinência à atividade desenvolvida pelo SENAR e sua inserção na sociedade                                            | 2         |
|                                      | g) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados                        | 2         |
|                                      | h) a exequibilidade das peças                                                                                                 | 2         |
|                                      | i) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos                                                               | 2         |
|                                      | <b>SUBTOTAL</b>                                                                                                               | <b>25</b> |
| <b>II) CAPACIDADE DE ATENDIMENTO</b> |                                                                                                                               | <b>15</b> |
|                                      | a) O tempo de experiência profissional da licitante em atividades publicitárias,                                              | 3         |

|                        |                                                                                                                                                                                                                                       |           |
|------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
|                        | observando-se, para tanto, a relação nominal dos seus principais clientes e o período de atendimento a cada um deles                                                                                                                  |           |
|                        | b) A adequação das qualificações dos profissionais a serem alocadas aos serviços a contratar à estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos mesmos.                           | 3         |
|                        | c) A adequação das instalações, da sede quando for o caso e, principalmente, em Brasília, da infraestrutura e dos recursos materiais e tecnológicos alocados pela licitante e que estarão disponíveis durante a execução do contrato. | 2         |
|                        | d) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação que serão colocadas regularmente a disposição do SENAR, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato                                                   | 4         |
|                        | e) a operacionalidade do relacionamento entre o SENAR e a licitante, a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na proposta                                                                         | 3         |
|                        | <b>SUBTOTAL:</b>                                                                                                                                                                                                                      | <b>15</b> |
| <b>III) REPERTÓRIO</b> |                                                                                                                                                                                                                                       | <b>15</b> |
|                        | a) ideia criativa e sua pertinência                                                                                                                                                                                                   | 5         |
|                        | c) clareza da exposição do problema publicitário                                                                                                                                                                                      | 2         |
|                        | c) consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução                                                                                                                                                               | 3         |

|               |                                           |            |
|---------------|-------------------------------------------|------------|
|               | d) relevância dos resultados apresentados | 2          |
|               | e) qualidade da execução do acabamento    | 3          |
|               | <b>SUBTOTAL</b>                           | <b>15</b>  |
| <b>TOTAL:</b> |                                           | <b>100</b> |

c) Na avaliação das propostas técnicas, os julgadores poderão conferir ao “aspecto avaliado” pontuação inferior ao respectivo máximo previsto no subitem anterior.

d) A nota de cada “aspecto avaliado” e, portanto, a correspondente ao respectivo quesito corresponderá à média aritmética da soma das notas de cada Técnico Especialista.

e) A nota de cada licitante corresponderá à soma das notas dos quesitos.

**11.1. Será desclassificada a Proposta que:**

a) não atender às exigências do Edital e de seus anexos;

b) não alcançar, no total, a nota mínima de **70 (setenta) pontos**;

c) obtiver nota zero em qualquer dos quesitos: Plano de Comunicação, Estratégia de Comunicação Publicitária e Ideia Criativa;

d) obtiverem 0 (zero) na apuração da nota pela média ponderada a que se refere a alínea “a” do item 11, em qualquer dos quesitos a que se referem que compõem o Plano de Comunicação, Repertório ou Capacidade de Atendimento.

**11.2.** Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento das Propostas Técnicas, a licitante que obtiver a maior pontuação na soma das notas dos quesitos;

**11.3.** Em caso de empate, será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos itens: Plano de Comunicação, Repertório e Capacidade de Atendimento;

**11.4.** Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público marcado pela Comissão de Licitação, cuja data será divulgada.

**12. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS**

12.1. As “Propostas de Preços” das licitantes classificadas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Edital e Anexos.

**12.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que:**

12.2.1. Não atender às exigências do Edital e de seus anexos, que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços



12.2.2. Apresentar qualquer acréscimo aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Rio Grande do Norte, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria licitante.

12.2.3. Apresentar desconto superior a 30% (trinta por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Rio Grande do Norte, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria licitante, evidenciando prática não condizente com a realidade do mercado e condições antieconômicas, anticoncorrenciais e concorrência desleal.

12.2.4. Apresentar percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) e inferior a 10% (dez por cento) referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros.

12.2.5. Apresentarem percentual de honorários superior a 10% (dez por cento) e inferior a 5% (cinco por cento) incidente sobre os custos de serviços especiais (serviço ou suprimento) realizados por terceiros, quando a responsabilidade das contratadas limitarem-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, conforme as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, expedidas pelo CENP (Conselho Executivo das Normas Padrão);

12.2.6. Apresentarem proposta para honorários sobre os serviços de terceiros e suprimentos externo inferior a 5% (cinco por cento), evidenciando prática não condizente com a realidade do mercado, e condições antieconômicas, anticoncorrenciais e concorrência desleal.

12.2.7. Apresentar desconto padrão não inferior a 20% (vinte por cento), sobre o valor dos negócios que encaminhar ao veículo de divulgação por conta e ordem de seus clientes. Em atenção ao item 2.5.1 das Normas-Padrão da atividade Publicitária.

**12.3.** Os quesitos a serem valorados integram o modelo de Proposta de Preços.

**12.4.** A Comissão atribuirá notas para cada um dos quesitos a serem valorados, conforme a seguinte tabela:

- a) Proposta(s) de maior desconto entre todas, atribui 10 pontos.
- b) Proposta(s) com o segundo maior desconto, atribui 9 pontos.
- c) Proposta(s) com o terceiro maior desconto, atribui 8 pontos.
- d) Proposta(s) com o quarto maior desconto, atribui 7 pontos.
- e) Proposta(s) com o quinto maior desconto, atribui 6 pontos.
- f) Proposta(s) com o sexto desconto, atribui 5 pontos, e assim por diante (decrecendo de 1 ponto), utilizando o mesmo critério, sendo que a partir da décima proposta com o maior desconto, a todas será atribuído 1 (um) ponto.

**12.5.** A nota de cada Proposta de Preços será obtida mediante a soma das notas dos quesitos constantes dessa tabela constante do subitem 12.4 acima.

**12.6.** A Proposta de Preços que obtiver o maior somatório das notas será considerada como a de menor preço.

**12.7.** Se houver empate, será considerada como de menor preço a Proposta que apresentar, sucessivamente: o menor preço percentual de honorário referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto padrão de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros; o menor percentual de honorários incidente sobre os custos de outros serviços realizados por terceiros ou o maior percentual de desconto sobre os custos internos.

### **13. DO RESULTADO FINAL**

**13.1.** Será considerada vencedora final desta Concorrência, aquela licitante que obtiver a **MAIOR NOTA FINAL (NF)**, calculada por meio da soma simples das Notas de Proposta Técnica e Nota de Proposta de Preço, conforme a expressão a seguir:

$$\text{NF} = \text{Notas de Proposta Técnica} + \text{Nota de Proposta de Preço}$$

**13.2.** A classificação final das propostas será feita em ordem decrescente dos números correspondentes às Notas Finais, sendo declarada vencedora a proposta que atingir a **MAIOR NOTA FINAL**.

**13.3.** Havendo empate entre duas ou mais propostas no critério de Nota Final (NF), o desempate se dará em favor da licitante que tiver obtido a maior pontuação técnica. Persistindo o empate este será resolvido por sorteio na presença dos interessados.

**13.4.** A classificação final das propostas será feita em ordem decrescente dos números correspondentes às Notas Finais, sendo declarada vencedora a proposta que atingir a **MAIOR NOTA FINAL**.

### **14 - DAS RESPONSABILIDADES DA EMPRESA VENCEDORA**

São obrigações da **CONTRATADA**, além de outras advindas ou decorrentes do presente Contrato:

14.1. Observar rigorosamente as normas que regulamentam o exercício de suas atividades e manter durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas em regulamento e/ou normas legais pertinentes;

14.2. Responsabilizar-se por todas as despesas decorrentes da execução do contrato, inclusive encargos trabalhistas, tributários e previdenciários, fiscais e/ou comerciais resultantes da execução dos termos do contrato administrativo decorrente desta licitação, sem qualquer ônus para o CONTRATANTE;

14.3. Não transferir a terceiros, por qualquer forma, nem mesmo parcialmente, o presente contrato, nem subcontratar qualquer das prestações a que está obrigado, sem prévio assentimento por escrito, do CONTRATANTE;

14.4. Prestar, em tempo hábil, todas as informações e esclarecimentos solicitados pela CONTRATANTE, sobre o objeto do presente Contrato e atender, pronta e irrestritamente, às reclamações desta;

14.5. Responsabilizar-se por eventuais prejuízos causados à CONTRATANTE ou a terceiros, decorrentes dos atos praticados na execução deste contrato;

14.6. *Manter sempre atualizado o seu endereço perante a CONTRATANTE.*

## **15. - PROPRIEDADE, SEGURANÇA E SIGILO**

15.1. A CONTRATADA deverá:

a) Obedecer às normas e rotinas do SENAR-AR/RN, em especial as que digam respeito à segurança, guarda, manutenção e integridade dos dados, programas e procedimentos físicos de armazenamento e transporte das informações existentes ou geradas durante a execução dos serviços;

b) Guardar o mais absoluto sigilo em relação aos dados, informações ou documentos de qualquer natureza de que venha tomar conhecimento, respondendo administrativa, civil e criminalmente por sua indevida divulgação e/ou incorreta ou descuidada utilização;

c) Reconhecer, ainda, que, como prestadora de serviço por força de um contrato, sem vinculação direta com as atividades desenvolvidas, todo e qualquer trabalho realizado ou desenvolvido será de exclusiva propriedade do SENAR-AR/RN.

5.2. Todos os direitos de propriedade resultantes do desenvolvimento dos serviços contratados deverão ser transferidos ao SENAR-AR/RN.

## **16. DOS DIREITOS AUTORAIS**

16.1. Na execução deste contrato, deverão ser atendidos os preceitos contidos na Lei nº 9.610 de 19.02.1998, em especial o que se segue:

16.1.1. A contratada cede ao SENAR-AR/RN, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste instrumento.

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

16.1.3. O SENAR-AR/RN poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a contratada.

16.1.4. A critério SENAR-AR/RN, as peças criadas pela contratada poderão ser reutilizadas por si ou seus parceiros, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a contratada.

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

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

## **17. DAS OBRIGAÇÕES DO SENAR-AR/RN**

São obrigações da **CONTRATANTE**, além de outras advindas ou decorrentes do presente Contrato:

- a) Prestar todas as informações e os esclarecimentos que venham a ser solicitados pela CONTRATADA, tudo em referência ao cumprimento do contrato;
- b) Comunicar, por escrito, à CONTRATADA, qualquer irregularidade verificada nos itens adquiridos, sobretudo, àquelas que justifiquem a sua interrupção imediata e/ou troca de produto;
- c) Atestar os recibos e as Notas Fiscais correspondentes a entrega dos itens adquiridos;
- d) Notificar a CONTRATADA sobre qualquer irregularidade que venha a ocorrer na execução do Contrato e/ou ata de registro de preço;
- e) Efetuar o pagamento na forma, condições e especificações Contratuais.

## **18. DA FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO**

18.1. A fiscalização do contrato a que se refere o presente Termo de Referência ficará a cargo da Assessoria de Comunicação desta Instituição.

18.2.

## **19. DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO**

23.12. **19.1** O pagamento será efetuado em moeda corrente, após cada fornecimento de serviço objeto deste certame, por crédito automático via internet ou boleto bancário, de acordo com o calendário de pagamento da regional, mediante apresentação dos documentos abaixo:

- a) Nota Fiscal válida, legível e sem rasuras;
- b) Certidão conjunta negativa de débitos relativos aos Tributos Federais e à Dívida Ativa da União;
- c) Certificado de Regularidade do FGTS;
- d) Certidão conjunta negativa de débitos relativos aos Tributos Estaduais e a Dívida Ativa do Estado;
- e) Certidão negativa de débitos para com a Fazenda Municipal, da sede do licitante;
- f) Certidão negativa de débitos trabalhistas;

## **20. DA VIGÊNCIA DO CONTRATO**

20.1 A vigência do contrato a ser celebrado pelo SENAR, decorrente do presente Termo de Referência, será de 12 meses, iniciados a partir da data da sua assinatura e podendo ser

prorrogado, mediante Termo Aditivo, desde que atenda o que estabelece o art. 26, parágrafo único e o art. 30 do Regulamento de Licitações e Contratos do SENAR.

## **21. DOS MOTIVOS DE RESCISÃO DO CONTRATO PELO SENAR-AR/RN**

21.1 O contrato a ser celebrado pelo SENAR poderá ser rescindido por:

- a) Ato unilateral escrito e motivado da contratante, sem prejuízo das sanções cabíveis, sendo notificado o contratado, com antecedência de 30 (trinta) dias;
- b) Amigavelmente, por acordo entre as partes, desde que conveniente e oportuna para a contratante;
- c) Judicialmente, nos termos da legislação pertinente;
- d) Por inexecução parcial ou total do contrato;
- e) Ocorrência de casos fortuitos ou de força maior, que obstem a perfeita execução deste negócio jurídico.

## **22 DAS PENALIDADES**

**22.1.** O Descumprimento do objeto licitado sujeitará a licitante as penalidades previstas abaixo, garantida a ampla defesa.

- e) Advertência;
- f) Multa de 2% sobre o valor mensal faturado, dobrável no caso de reincidência, a critério exclusivo do **SENAR-AR/RN**, que será descontado do pagamento subsequente;
- g) Suspensão do direito de firmar Contrato com o **SENAR-AR/RN**, durante o prazo de até 02 (dois) anos;
- h) Declaração de inidoneidade para licitar e contratar com o **SENAR-AR/RN**, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a sua reabilitação.

12.2. A multa e a penalidade somente poderão ser relevadas nos casos fortuitos e de força maior, devidamente justificada e comprovada.

## **23 DAS CONDIÇÕES GERAIS**

23.1. Poderão participar do objeto desta contratação toda e qualquer pessoa jurídica com atuação na área de abrangência no objeto licitado, e em regular funcionamento, atendidos os termos editalícios.

23.2. Não será permitida a participação direta ou indireta:

- a) de empresa cujos sócios ou proprietários sejam funcionários ou dirigente do SENAR-AR/RN;
- b) de empresa que, a qualquer tempo, possua restrições quanto à capacidade técnica, idoneidade financeira e regularidade fiscal;
- c) de empresa que se encontre sob falência, concurso de credores, dissolução ou liquidação e de empresa concordatária;
- d) de empresa em consórcio ou que se encontre incurso na penalidade prevista no art. 31, inciso III, do Regulamento de Licitações e Contratos do SENAR-AR/RN;
- e) de empresas do mesmo grupo econômico com propostas distintas, nem empresas que tenham dualidade de quotistas ou acionistas em comum, quer majoritário, quer minoritário

Natal/RN, 05 de agosto de 2022

**Ana Paula da Silva**  
Assessora de Comunicação

## **ANEXO II**

### **BRIEFING**

#### **1. A INSTITUIÇÃO**

1.1. O Serviço Nacional de Aprendizagem Rural – Administração Regional Rio Grande do Norte (SENAR- AR/RN) é uma instituição de direito privado, estruturado sob a forma de sociedade civil sem fins lucrativos, vinculada a Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil – CNA. No Estado do Rio Grande do Norte, o SENAR-AR/RN está vinculado a FAERN – Federação da Agricultura, Pecuária e Pesca do Rio Grande do Norte, sendo administrado por um Conselho formado por representantes do SENAR-AR/RN Administrativo Central, Classes Produtoras, FETARN e da própria FAERN.

O SENAR/RN - instituição de ensino rural, voltada para produtores rurais, trabalhadores rurais e seus familiares. Procura por meio de treinamentos, capacitações e assistência técnica e gerencial, mantê-los em sintonia com as exigências do mercado de trabalho, dando oportunidade para qualificação em diferentes ocupações. Atualmente, o SENAR/RN atua com Formação Profissional Rural, Promoção Social, Assistência Técnica e Gerencial e Ensino Técnico de Nível Médio a distância por meio da rede e-Tec.

O SENAR/RN proporciona mudança de atitude do produtor e do trabalhador rural, que se desdobram para garantir alimento de boa qualidade aos brasileiros. A instituição almeja que os produtores e trabalhadores rurais continuem contribuindo para o desenvolvimento da produção agropecuária no Rio Grande do Norte e disponha com o SENAR/RN para aprimorar os conhecimentos e melhorar o trabalho no campo.

#### **2. MISSÃO E OBJETIVOS**

2.1 - A missão é a de desenvolver ações de Formação Profissional Rural e atividades de Promoção Social voltadas para o “Homem Rural”, contribuindo com sua profissionalização, integração na sociedade, melhoria da qualidade de vida e pleno exercício da cidadania, assim como Assistência Técnica ao Produtor Rural. Os objetivos básicos que norteiam todas as ações do SENAR são:

1. Organizar, administrar e executar no território Norte-Riograndense a Formação Profissional Rural e a Promoção Social do Trabalhador Rural;
2. Assistir as entidades empregadoras na programação e elaboração de programas de treinamento no próprio emprego;
3. Estabelecer e difundir metodologias de Formação Profissional Rural;



4. Coordenar, supervisionar e fiscalizar a execução dos programas e projetos de Formação Profissional Rural e Promoção Social;
5. Assessorar o Governo Federal em assuntos de Formação Profissional Rural e Promoção Social no RN;
6. Assistir o pequeno produtor rural, ensinando novos métodos para a execução de seu trabalho;
7. Estimular a permanência do homem no campo, despertando o seu interesse e incentivando-o a produzir mais, trabalhando melhor.

### **3. VISÃO GERAL DA INSTITUIÇÃO**

3.1 - Proporcionar mudança de atitude do produtor e do trabalhador rural, que se desdobram para garantir alimento de boa qualidade aos brasileiros. Despertar na população do campo com oferta de ações de Formação Profissional Rural, Atividades de Promoção Social, Ensino Técnico de Nível Médio, presencial e a distância, um modelo inovador de Assistência Técnica e Gerencial.

### **4. OBJETIVO DA COMUNICAÇÃO**

- 4.1 - Divulgação de nossas ações, serviços, execução de cursos e/ou convênios, participação em eventos, feiras, seminários e congressos;
- 4.2 – Fortalecer a marca institucional, fazendo com que mais pessoas conheçam e entendam o trabalho do SENAR/RN
- 4.3 - Gerar interesse no público-alvo e inscrições nos cursos e projetos;
- 4.4 - Mostrar para o público-alvo a qualidade e competência do SENAR/RN

### **5. ABRANGÊNCIA**

5.1 – O SENAR atua em todo o território do estado do rio grande do norte, mediante solicitação dos parceiros locais. No ano de 2020, no que tange as capacitações, foram contemplados 51 municípios, nas ações de Formação Profissional Rural, Promoção Social, Programas Especiais, Treinamentos de Agentes Externos, Formação Técnica e execução de projetos. Em relação ao Programa de Assistência Técnica e Gerencial, 102 municípios foram atendidos, sendo registradas 2.170 propriedades contempladas com 17.488 visitas.

### **6. PÚBLICO-ALVO**

- 6.1 - Produtores rurais (pequenos, médios e grandes);

6.2 – Trabalhadores rurais;

6.3 – Estudantes da zona rural.

## **7. VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO PRÓPRIOS**

7.1 – Os seguintes meios de comunicação podem ser utilizados para compor a divulgação institucional:

7.1.1 – Site – [www.senarn.com.br](http://www.senarn.com.br)

7.1.2 – Mídias Sociais:

7.1.2.1 – Instagram (@SistemaFaernSenar);

7.1.2.2 – Facebook (@SenarRN)

7.1.2.3 – YouTube (@SistemaFaernSenar)

7.1.2.4 – Twitter (@FaernSenar)

## **8. VERBA REFERENCIAL**

8.1 - O orçamento para ações em mídia para divulgação institucional é de R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais) para produção e veiculação.

8.2 – desconsiderar custos internos com a criação de cards e anúncios para divulgação na mídia impressa (jornais e revistas)

## **9. PERÍODO**

9.1 - O período para a divulgação das ações institucionais em veículos de comunicação é de 12 meses.

## **10. SERVIÇOS DA DIVULGAÇÃO INSTITUCIONAL**

10.1 - Serão serviços da prestação de serviços de publicidade, propaganda e comunicação incluindo estudo, planejamento, concepção, execução, distribuição e controle de veiculação de programas e campanhas publicitárias institucionais para:

10.1.2 - Anúncio em Jornal impresso com circulação na capital;

10.1.2.3 - Anúncio em Revista impressa com circulação na capital;

10.1.2.3 - Veiculação de anúncio/patrocínio - de até 15 segundos - em programa de televisão, preferencialmente, de conteúdo jornalístico voltado para o agronegócio com ampla cobertura territorial no estado – preferencialmente – com exibição no final de semana, sendo um anúncio por semana;

10.1.2.4 - Gravação, produção e edição de vídeos de até 15 segundos para anúncio em televisão;

10.1.2.5 - Gravação, produção e edição de vídeos de até 10 minutos para divulgação no YouTube e nas redes sociais do Sistema FAERN/SENAR;

10.1.2.5.1 - Considerar custos externos com deslocamento, custos com alimentação e hospedagem da equipe de gravação das imagens;

10.1.2.6 - Veiculação de Spots - até 30 segundos - em rádio localizada na capital do estado com ampla cobertura territorial no estado;

10.1.2.7 – Gravação de Spots - até 30 segundos – para veiculação em rádio.

## **11 – OBRIGATORIEDADE**

11.1 - O SENAR/RN é uma instituição do Sistema Faern/Senar, no qual todas as peças precisam ter a marca do SENAR/RN, juntamente com a marca do Sistema.

11.1.2 – Considerar que o setor de comunicação cederá a marca para inclusão nas peças para produção e veiculação de vídeos.

**ANEXO III****D E C L A R A Ç ã O**

(NOME DA EMPRESA) \_\_\_\_\_, CNPJ nº.  
\_\_\_\_\_, sediada  
\_\_\_\_\_ declara, sob as penas da lei,  
que até a presente data inexistem fatos impeditivos para a sua habilitação no  
presente processo licitatório, ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências  
posteriores.

Natal(RN), \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2022.

**EMPRESA:**

**Assinatura do Representante Legal**

**ANEXO IV****D E C L A R A Ç Ã O**

\_\_\_\_\_, inscrito no CNPJ nº.  
\_\_\_\_\_, por intermédio de seu representante legal, o(a)  
Sr.(a) \_\_\_\_\_, portador(a) da Carteira de Identidade  
nº. \_\_\_\_\_ e do CPF nº. \_\_\_\_\_

**DECLARA**, para fins do disposto no inciso V do art. 27 da Lei nº 8.666, de 21 de Junho de 1993, acrescido pela Lei nº 9.854, de 27 de Outubro de 1999, que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos.

**Ressalva: emprega menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz ( )\*.**

**\* em caso afirmativo, assinalar no espaço entre parênteses.**

Natal(RN)\_\_\_de \_\_\_\_\_ de 2022.

**EMPRESA:**

**Assinatura do Representante Legal**

**ANEXO V****MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS**

(em papel timbrado da empresa)

**À**  
**COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO**  
**Ref.: Concorrência nº 001/2022**

Em cumprimento ao que prescreve o item 14 do Edital, utilizamo-nos da presente para submeter à apreciação de V.Sas. os percentuais abaixo discriminados, dentro da política de preço para os Serviços, necessários para a análise e julgamento da Proposta de Preço:

- a) desconto a ser concedido à Contratante sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Rio Grande do Norte: \_\_\_\_\_% (\_\_\_\_\_por cento);
- b) honorários a serem cobrados da Contratante, referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição **não** lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por terceiros: \_\_\_\_\_% (\_\_\_\_\_por cento);
- c) honorários a serem cobrados da Contratante, incidentes sobre os custos de outros serviços realizados por terceiros, referentes, entre outros, a assessoria e apoio na execução de ações de assessoria de imprensa, relações públicas, promoção e patrocínios, ao desenvolvimento de pesquisas de mercado e de opinião e de produtos e serviços, à elaboração e registro de marcas, expressões de propaganda, logotipos e de outros elementos de programação visual, a assessoria na organização de eventos e no planejamento e montagem de estandes em feiras e exposições: \_\_\_\_\_% (\_\_\_\_\_por cento);
- d) repasse à CONTRATANTE do desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação: \_\_\_\_\_% (\_\_\_\_\_por cento); baseado no item 2.5.1 das Normas-Padrão da atividade Publicitaria.
- e) Esta proposta tem validade pelo prazo de \_\_\_\_ (obs.: mínimo de 120 dias) contados da data prevista no preâmbulo do Edital para abertura da licitação.
- f) Os dados da nossa empresa são:
  - a) Razão Social:
  - b) CNPJ (MF) nº:
  - c) Inscrição Estadual nº:
  - d) Endereço:
  - e) Fone/Fax:

f) E-mail:

g) CEP:

h) Cidade/UF:

i) Representante (s) legal (is) com poderes para assinar o Contrato:

j) Qualificação (Cargo, RG, CPF):

k) Banco:

l) Conta Corrente:

m) Agência:

Natal/RN, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2022.

LICITANTE

(nome da empresa com assinatura do(s) seu(s) representante(s) legal (is) com firmas reconhecidas)

**P.S: Anexar a esta proposta a DECLARAÇÃO referente ao ITEM 9.5.1 do EDITAL.**

**ANEXO VI****CONTRATO Nº \_\_\_\_\_ QUE ENTRE SI  
CELEBRAM O SERVIÇO NACIONAL DE  
APRENDIZAGEM RURAL – SENAR-AR/RN E**  
\_\_\_\_\_

**O SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM RURAL** – Administração Regional do Rio Grande do Norte - SENAR-AR/RN, sociedade civil sem fins lucrativos, inscrita no CNPJ nº 04.256.238/0001-33, com sede na Rua Dom José Tomaz, 995 – Tirol – Natal/RN, representado neste ato pelo Presidente do Conselho Administrativo, o **Sr. José Álvares Vieira**, brasileiro, separado judicialmente, produtor rural, portador do RG nº 5.412.761 SSP/MG, CPF nº 804.969.896-34, residente e domiciliado nesta capital, doravante denominado simplesmente **CONTRATANTE**, e a empresa, inscrita sob o CNPJ nº, com sede na, neste ato representada por seu Sócio-Proprietário, inscrito no CPF nº, doravante denominada simplesmente **CONTRATADA**, têm entre si, justo e contratado, e celebram por força do presente instrumento, referente à **CONCORRÊNCIA Nº 001/2022**, com base no Regulamento de Licitações e Contratos do SENAR e, onde cabível, a Lei 8.666/93, contrato, para prestação de serviços que se regerá pelas seguintes cláusulas e condições:

**CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO**

1.1. A presente licitação tem por objeto a Contratação de pessoa jurídica para prestação de serviços de publicidade, propaganda e comunicação para os serviços e eventos internos e externos do SENAR-AR/RN, conforme especificações mínimas e quantidades estipuladas no Termo de Referência e Anexos constantes neste Edital, que compreenderão os seguintes serviços:

- a) Estudo, planejamento, concepção, execução, distribuição e controle de veiculação de programas e campanhas publicitárias institucionais para os serviços e eventos internos e externos do SENAR-AR/RN;
- b) Controle das inserções publicitárias (mídias contratadas e mídia digital) nos veículos de divulgação, tais como jornal impresso, revistas, sites, televisão, rádio, dentre outros, a serem prestados por agência de propaganda, conforme especificações mínimas e quantidades constantes neste Termo de Referência

**Observação:** Os **serviços** sujeitos a **subcontratação**, considerados necessários à execução do Contrato serão remunerados de acordo com o preço de mercado, demonstrado por meio de, **no mínimo, 03 (três) orçamentos** de empresas ou profissionais do ramo, ressalvada a hipótese de comprovada inexistência de mais de 01 (um) fornecedor ou prestador de serviços, submetidos à aprovação do SENAR/RN.

**CLÁUSULA SEGUNDA – DETALHAMENTO DOS SERVIÇOS**



2.1. Os serviços previstos para execução serão dos tipos e em quantidades estimadas, conforme detalhamento abaixo:

- a) Estudo, planejamento, concepção, execução, distribuição e controle de veiculação de programas e campanhas publicitárias institucionais para os serviços e eventos internos e externos do SENAR-AR/RN;
- b) Controle das inserções publicitárias (mídias contratadas e mídia digital) nos veículos de divulgação, tais como jornal impresso, revistas, sites, televisão, rádio, dentre outros, a serem prestados por agência de propaganda, conforme especificações mínimas e quantidades constantes no Termo de Referência, sendo:

- **Para Jornal Impresso:**

| Lote | Descrição                                                   | Quant. |
|------|-------------------------------------------------------------|--------|
| 01   | Anúncio 1 página: 29,6 cm largura x 51,0 altura (6 COLUNAS) | 04     |
|      | Anúncio: ½ página: 29,6 cm largura x 26,0 (4 COLUNAS)       | 04     |

- **Para Revistas:**

| Lote | Descrição                               | Quant. |
|------|-----------------------------------------|--------|
| 02   | Anúncio: 01 página inteira 21 x 26,5 cm | 02     |

- **Para Rádios:**

| Lote | Descrição | Quant. |
|------|-----------|--------|
|------|-----------|--------|

|    |                                        |     |
|----|----------------------------------------|-----|
| 03 | Gravação                               | 04  |
|    | Veiculação de Spots de até 30 segundos | 528 |

- **Para Televisão:**

| Lote | Descrição                                                                                                                                            | Quant. |
|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| 04   | Veiculação de anúncio/patrocínio em programas de televisão, preferencialmente, de conteúdo jornalístico voltado para o agronegócio – VT 15 segundos. | 48     |
|      | Gravação, produção e edição de vídeos de até 15 segundos para anúncio em televisão.                                                                  | 05     |
|      | Gravação, produção e edição de vídeos de até 10 minutos para o YouTube e redes sociais.                                                              | 15     |

**Observação:** Os **serviços** sujeitos a **subcontratação**, considerados necessários à execução do Contrato serão remunerados de acordo com o preço de mercado, demonstrado por meio de, **no mínimo, 03 (três) orçamentos** de empresas ou profissionais do ramo, ressalvada a hipótese de comprovada inexistência de mais de 01 (um) fornecedor ou prestador de serviços, submetidos à aprovação do SENAR/RN.

2.2. As entregas e aprovações ocorrerão, conforme abaixo:

- Os materiais serão entregues à CONTRATANTE, mediante o envio por e-mail institucional, software de transferência de arquivos ou DVD em conjunto com a formalização do pedido de confecção.
- A **CONTRATADA** deve enviar a Assessoria de Comunicação da **CONTRATANTE** até três versões para revisão e possível edição dos materiais. Só serão aceitos os

materiais finais após o recebimento desta prova virtual ou física (dependendo do material);

- c) Os serviços deverão ser entregues dentro do prazo de até 24 (vinte e quatro) horas, a partir da aprovação do material.

### **CLÁUSULA TERCEIRA – OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

- 3.1. São obrigações da **CONTRATADA**, além de outras advindas ou decorrentes do presente Contrato:
- 3.1.1. Observar rigorosamente as normas que regulamentam o exercício de suas atividades e manter durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas em regulamento e/ou normas legais pertinentes;
- 3.1.2. Responsabilizar-se por todas as despesas decorrentes da execução do contrato, inclusive encargos trabalhistas, tributários e previdenciários, fiscais e/ou comerciais resultantes da execução dos termos do contrato administrativo decorrente desta licitação, sem qualquer ônus para o CONTRATANTE;
- 3.1.3. Não transferir a terceiros, por qualquer forma, nem mesmo parcialmente, o presente contrato, nem subcontratar qualquer das prestações a que está obrigado, sem prévio assentimento por escrito, do CONTRATANTE;
- 3.1.4. Prestar, em tempo hábil, todas as informações e esclarecimentos solicitados pela CONTRATANTE, sobre o objeto do presente Contrato e atender, pronta e irrestritamente, às reclamações desta;
- 3.1.5. Responsabilizar-se por eventuais prejuízos causados à CONTRATANTE ou a terceiros, decorrentes dos atos praticados na execução deste contrato;
- 3.1.6. Manter sempre atualizado o seu endereço perante a CONTRATANTE.
- 3.1.7. Iniciar a prestação dos serviços, após a assinatura do contrato, mediante a solicitação formal por parte do **CONTRATANTE**.
- 3.1.8. Prestar os serviços discriminados no Edital de Concorrência nº 001/2022, em conformidade com as regras estabelecidas disposto neste contrato e no edital supramencionado.
- 3.1.9. Comprovar, a qualquer momento, o pagamento dos tributos que incidirem sobre a prestação dos serviços.
- 3.1.10. Dedicar seu melhor esforço e trabalhar em estreita colaboração com a **CONTRATANTE**, de modo a assegurar que o plano publicitário alcance os 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.
- 3.1.11. A **CONTRATADA** que não possuir escritório em Natal/RN, com equipe completa para prestar os serviços objeto deste contrato, deverá constituir um, em até 20 (vinte) dias úteis após a data de assinatura do contrato, com infraestrutura adequada para a execução do objeto do CONTRATO, conforme definido no Edital da Concorrência.
- 3.1.12. Pertencem ao SENAR as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.
- 3.1.13. Solucionar todos os eventuais problemas pertinentes ou relacionados com a execução dos serviços objeto deste contrato, mesmo que para isso outra

solução não prevista neste tenha que ser apresentada, para aprovação e implementação, sem ônus adicionais para a **CONTRATANTE**.

- 3.1.14. Cumprir fielmente o contrato responsabilizando-se integralmente pelos serviços contratados, e modo que os mesmos se realizem com esmero e perfeição, executando-os sob sua inteira e exclusiva responsabilidade.
- 3.1.15. Manter entendimento com a **CONTRATANTE**, objetivando evitar interrupções ou paralisações na execução dos serviços.
- 3.1.16. Atender às determinações da fiscalização da **CONTRATANTE**.
- 3.1.17. Realizar com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de terceiros todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as Especificações estipuladas pela **CONTRATANTE**.
- 3.1.18. Submeter à aprovação prévia da **CONTRATANTE** a subcontratação parcial dos serviços, objeto deste contrato, para sua anuência ou não por escrito, ressaltando-se que a contratada permanecerá com todas as suas responsabilidades contratuais perante a **CONTRATANTE**.
- 3.1.19. Centralizar o comando da publicidade da **CONTRATANTE** em Natal/RN, onde, para esse fim, manterá escritório.
- 3.1.20. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações junto a terceiros e transferir, integralmente, à **CONTRATANTE** descontos especiais (além dos normais, previstos em tabelas), bonificações, reaplicações, prazos especiais de pagamento e outras vantagens. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à **CONTRATANTE**, caso este venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.
- 3.1.21. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes da Cláusula Sexta (Da Remuneração e das Condições de Pagamentos), para os direitos autorais e imagem e som de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da **CONTRATANTE**.
- 3.1.22. Fazer cotação de preços para todos os serviços de terceiros e apresentar, no mínimo, 03 (três) propostas, com a indicação da mais adequada para sua execução. Se não houver possibilidade de obter três propostas, a **CONTRATADA** deve apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.
- 3.1.23. Obter aprovação prévia da **CONTRATANTE**, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.
- 3.1.24. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pela **CONTRATANTE**.
- 3.1.25. No caso de necessidade de segunda tiragem, a **CONTRATANTE** poderá, a seu critério, optar pela contratação junto a terceiros, sob sua própria orientação.
- 3.1.26. Entregar à **CONTRATANTE**, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, um relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e um relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para uma avaliação de seu estágio.
- 3.1.27. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da **CONTRATANTE**, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da **CONTRATADA** pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria **CONTRATADA** ou por terceiros por ela contratados.

- 3.1.28. Só divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste Contrato, que envolva o nome da **CONTRATANTE**, mediante sua prévia e expressa autorização.
- 3.1.29. Cumprir rigorosamente os prazos de execução dos serviços estabelecidos no Edital da Concorrência nº 001/2022 e seus anexos.
- 3.1.30. Comunicar imediatamente à **CONTRATANTE**, qualquer anormalidade verificada, inclusive de ordem funcional, para que sejam adotadas as providências de regularização necessárias.
- 3.1.31. Providenciar a imediata correção das deficiências apontadas pela Fiscalização quanto à execução dos serviços contratados, objeto desta licitação.
- 3.1.32. Manter todos os equipamentos e utensílios necessários a execução dos serviços, em perfeitas condições de uso, devendo os danificados serem substituídos imediatamente.
- 3.1.33. Implantar, de forma adequada, a planificação, execução e supervisão permanente dos serviços, de forma a obter uma operação correta e eficaz, realizando os serviços de forma meticulosa e constante.
- 3.1.34. Submeter à apreciação e aprovação prévia da **CONTRATANTE** qualquer serviço que deva ser executado.
- 3.1.35. Permitir à **CONTRATANTE** a adjudicação de serviços a terceiros, quando tais serviços, a critério da **CONTRATANTE**, forem considerados de natureza excepcional, e desde que a licitante vencedora não possa ou não venha a atender em tempo hábil.
- 3.1.36. Cumprir a legislação trabalhista com relação a seus funcionários, e quando for o caso, com relação a funcionários de terceiros contratados.
- 3.1.37. Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.
- 3.1.38. Administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e a própria **CONTRATANTE**.
- 3.1.39. Em casos de contratação de terceiros para execução, total ou parcial, de serviços estipulados neste instrumento, exigir dos eventuais contratados, no que couber, as mesmas condições do presente contrato.
- 3.1.40. Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da **CONTRATANTE**.
- 3.1.41. A infração a este dispositivo implicará a rescisão imediata deste contrato e sujeitará a **CONTRATADA** às penas da Lei nº 9.279, de 14.05.96, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.
- 3.1.42. Responder perante a **CONTRATANTE** e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de sua omissão, na condição dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou por erro seu em quaisquer serviços objeto deste contrato.
- 3.1.43. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a **CONTRATANTE**.
- 3.1.44. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venha a ser atribuída por força de lei, relacionada com o cumprimento do presente Contrato.

- 3.1.45. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a **CONTRATADA** adotará as providências necessárias no sentido de preservar a **CONTRATANTE** e de mantê-lo a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará a **CONTRATANTE** e das importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.
- 3.1.46. A inadimplência da **CONTRATADA** com referência aos encargos estabelecidos no item supra mencionado não transfere a **CONTRATANTE** a responsabilidade por seu pagamento, nem poderá onerar o objeto do contrato.
- 3.1.47. Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção da propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato.
- 3.1.48. Arcar com todas as despesas com tributos, seguros, taxas, incidências fiscais e contribuições de qualquer natureza ou espécie, encargos sociais, trabalhistas, previdenciários, salários e quaisquer outros encargos necessários à perfeita execução do objeto deste Contrato.
- 3.1.49. Manter o absoluto sigilo sobre quaisquer dados, informações, documentos, especificações técnicas e comerciais dos materiais da **CONTRATANTE**, de que venha a tomar conhecimento ou ter acesso, ou que venham a ser confiados, sejam relacionados ou não com a prestação de serviço objeto desta licitação.
- 3.1.50. Garantir a cessão total e definitiva dos direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análises, planos e projetos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, ou de seus prepostos, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste Contrato, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência deste instrumento;
- 3.1.51. Fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros, para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços, quando a **CONTRATANTE** optar pela execução dos serviços com cessão total e definitiva de direitos autorais e conexos, mediante cláusulas escritas que: a) explicitem a cessão total e definitiva, por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre as obras de autoria intelectual, aí incluídos a criação, produção e direção, a composição, o arranjo e a execução de trilha sonora, as matrizes, os fotolitos e demais trabalhos assemelhados; b) estabeleçam que a **CONTRATANTE** poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência deste Contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os respectivos cedentes.
- 3.1.52. Obter para a **CONTRATANTE** a formalização da cessão dos direitos patrimoniais de uso sobre as obras intelectuais (criação, textos, produção, direção, arte-finalização e assemelhados) concebidas, criadas e produzidas em decorrência deste Contrato, total e definitivamente, junto a seus empregados, prepostos, subcontratados e terceiros.
- 3.1.53. Obter para a **CONTRATANTE** os licenciamentos/autorizações de uso de imagem, áudio e obras artísticas preexistentes (ou de sua reprodução) durante o prazo de duração do Contrato.
- 3.1.54. Seguir todas as especificações sobre a aplicação correta da logomarca e de outras identidades visuais da **CONTRATANTE**, quando for o caso.
- 3.1.55. Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.



#### **CLÁUSULA QUARTA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE**

4.1. São obrigações da **CONTRATANTE**, além de outras advindas ou decorrentes do presente Contrato:

- a) Prestar todas as informações e os esclarecimentos que venham a ser solicitados pela CONTRATADA, tudo em referência ao cumprimento do contrato;
- b) Comunicar, por escrito, à CONTRATADA, qualquer irregularidade verificada nos itens adquiridos, sobretudo, àquelas que justifiquem a sua interrupção imediata e/ou troca de produto;
- c) Atestar os recibos e as Notas Fiscais correspondentes a entrega dos itens adquiridos;
- d) Notificar a CONTRATADA sobre qualquer irregularidade que venha a ocorrer na execução do Contrato e/ou ata de registro de preço;
- e) Efetuar o pagamento na forma, condições e especificações Contratuais.
- f) Exigir o cumprimento de todos os itens deste contrato, segundo suas especificações.
- g) Avaliar a qualidade da execução dos serviços, podendo rejeitá-los no todo ou em parte.
- h) Proceder à mais ampla fiscalização sobre a fiel entrega e execução dos serviços objeto deste contrato, sem prejuízo da responsabilidade da **CONTRATADA**.
- i) Notificar a **CONTRATADA**, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.
- j) Remunerar a **CONTRATADA** conforme descrito neste instrumento.

#### **CLÁUSULA QUINTA – DO VALOR DO CONTRATO**

5.1. O valor global estimado para gastos com os serviços contratados, pelo período de 12 (doze) meses será de **R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais)**, já incluídos todos os tributos e encargos legais, sendo considerado fixo e irrevogável durante o período de vigência desta avença.

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

5.3. A estimativa do valor global constitui-se em mera previsão dimensionada, não estando a **CONTRATANTE** obrigada a realizá-la em sua totalidade, e não cabendo à **CONTRATADA** o direito de pleitear qualquer tipo de reparação.

#### **CLÁUSULA SEXTA – DA REMUNERAÇÃO DE PAGAMENTOS**

6.1 O pagamento será efetuado em moeda corrente, após cada fornecimento de serviço objeto deste certame, por crédito automático via internet ou boleto bancário, de acordo com o calendário de pagamento da regional, mediante apresentação dos documentos abaixo:

- a) Nota Fiscal válida, legível e sem rasuras;
- b) Certidão conjunta negativa de débitos relativos aos Tributos Federais e à Dívida Ativa da União;
- c) Certidão negativa de débitos relativos às Contribuições Previdenciárias e as de terceiros;
- d) Certificado de Regularidade do FGTS;
- e) Certidão conjunta negativa de débitos relativos aos Tributos Estaduais e a Dívida Ativa do Estado;
- f) Certidão negativa de débitos para com a Fazenda Municipal, da sede do licitante;

g) Certidão negativa de débitos trabalhistas;

6.2 Pelo serviços prestados, a **CONTRATADA** será remunerada da seguinte forma:

| ITEM | DESCRIÇÃO DO ITEM                                                                                                                                                                                                                                            | DESCONTOS/<br>HONORÁRIOS |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| 1    | Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na Tabela de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda da Paraíba.                                                                                                                             |                          |
| 2    | Percentual de honorários referentes à <b>produção de peças</b> e materiais cuja distribuição <b>não proporcione à Contratada</b> desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros. |                          |
| 3    | Percentual de honorários incidente sobre os custos de outros <b>serviços realizados por terceiros</b> , inclusive honorários para serviços especiais.                                                                                                        |                          |
| 4    | Percentual que a LICITANTE repassará à CONTRATANTE, a título de <b>desconto, incidente sobre o percentual de desconto de agência</b> , previsto no item 9.1.7.4.                                                                                             |                          |
| 5    | Percentuais máximos a serem pagos a Atores e Modelos, em relação ao cachê original, pelos direitos de uso e imagem e som de voz.                                                                                                                             |                          |
| 6    | Percentuais máximos a serem pagos aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas às peças, sobre o valor original da cessão destes direitos.                                                                             |                          |

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

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

6.5 As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas, no interesse da **CONTRATANTE**, quando da alteração ou da prorrogação deste contrato.

6.6 Os layouts reprovados não serão cobrados pela **CONTRATADA**.

6.7 Os documentos e demais informações necessárias à comprovação da execução e entrega dos serviços para o reembolso de despesas, deverão ser apresentadas pela **CONTRATADA** à **CONTRATANTE**, a qual somente atestará a prestação dos serviços e liberará os documentos para pagamento quando cumpridas pela **CONTRATADA** todas as condições pactuadas.



6.8 Nenhuma despesa será liquidada ou paga sem a efetiva comprovação de execução dos serviços a cargo da **CONTRATADA** ou de seus fornecedores e subcontratados.

6.9 A Nota Fiscal ou Fatura referente a serviço de veiculação deverá ser emitida pelos veículos de divulgação, e não será aceito em substituição nenhum documento fiscal emitido por representantes de veículos.

6.10 As liquidações e pagamentos serão feitos até 15 (quinze) dias após a entrega final e aceitação de cada serviço autorizado, mediante apresentação das respectivas Notas Fiscais, acompanhadas da fatura/boleto bancário, discriminando os serviços efetivamente realizados e os comprovantes legais das despesas com serviços de terceiros.

6.11 Constatando-se qualquer incorreção na Nota Fiscal, bem como qualquer outra circunstância que desaconselhe o seu pagamento, o prazo para pagamento constante nesta Cláusula fluirá a partir da respectiva regularização, sem incidência de juros, multas e/ou correção monetária.

6.12 Os pagamentos serão efetuados, diretamente em conta bancária indicada pela empresa vencedora, até a data do vencimento do compromisso, após o Aceite do gestor do contrato, mediante apresentação das Notas Fiscais-Fatura ou Fatura com a respectiva nota Fiscal, e uma via do documento fiscal do fornecedor com o comprovante do respectivo serviço, da seguinte forma:

I. Veiculação: mediante apresentação dos documentos de cobrança, tabelas de preços dos veículos e respectivos comprovantes de veiculação, em até 30 (trinta) dias após o mês da veiculação;

II. Produção: mediante apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas, e respectivos comprovantes, em até 30 (trinta) dias após o mês de produção;

III. Outros serviços de terceiros: mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança e respectivos comprovantes, nos vencimentos previamente ajustados com a **CONTRATANTE**.

6.13 Os pagamentos a terceiros por serviços prestados, incluídos os de veiculação, serão efetuados, pela **CONTRATADA**, nos prazos e condições previamente aprovados pela **CONTRATANTE** e expressos pelos fornecedores em seus documentos fiscais.

6.14 A **CONTRATADA** deverá apresentar à **CONTRATANTE** cópias dos respectivos documentos fiscais que comprovem os pagamentos feitos a terceiros, até 10 (dez) dias após sua realização.

6.15 Serão suspensos os pagamentos se:

I. No ato da atestação os serviços não estiverem sendo prestados de acordo com o proposto, aceito e contratado;

II. As notas fiscais/faturas contiverem incorreções de qualquer ordem. Neste caso elas serão devolvidas acompanhadas dos motivos de sua rejeição, contando-se, então, o prazo para pagamento a partir da reapresentação, sem qualquer tipo de acréscimo.

6.16 Os encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela **CONTRATADA**, de prazos de pagamento, serão de sua exclusiva responsabilidade, bem como quaisquer despesas decorrentes de transações bancárias relativas aos pagamentos elencados nesta Cláusula.

6.17 A **CONTRATANTE** fará o desconto ou recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigado pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar, obedecidos os prazos legais.

6.18 A **CONTRATANTE** poderá deduzir do montante a pagar, as indenizações devidas pela **CONTRATADA** em razão de inadimplência nos termos do presente contrato, ou ainda, efetuar, judicialmente as cobranças pertinentes.

6.19 O pagamento será efetuado, por meio de depósito em conta corrente nº \_\_\_\_\_, Agência nº \_\_\_\_\_, do Banco \_\_\_\_\_, de titularidade da **CONTRATADA**.

## **CLÁUSULA SÉTIMA – DOS DIREITOS AUTORAIS E DA PROPRIEDADE**

7.1. Na execução deste contrato, deverão ser atendidos os preceitos contidos na Lei nº 9.610 de 19.02.1998, em especial o que se segue:

7.1.1. A contratada cede ao SENAR-AR/RN, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste instrumento.

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

7.1.3. O SENAR-AR/RN poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a contratada.

7.1.4. A critério SENAR-AR/RN, as peças criadas pela contratada poderão ser reutilizadas por si ou seus parceiros, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a contratada.

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

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

7.1.7. Assumir o compromisso de, em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros, solicitar de cada terceiro passível de ser contratado 03 (três) orçamentos para execução do serviço, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que a **CONTRATANTE** escolha uma das opções.

7.1.8. Nos casos de cessão de direitos por tempo limitado, condicionará a contratação de serviços com terceiros por período mínimo de 12 (doze) meses e que utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão.

7.1.9. Assumir o compromisso – quando a **CONTRATANTE** optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva – de fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros, para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços, cláusulas escritas que:

- a) Explicitem a cessão total e definitiva, por esses terceiros, ao **CONTRATANTE**, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexos, aí incluídos a criação, redação, produção e direção, a composição, arranjo e execução de trilha sonora, as matrizes, os fotolitos e os demais trabalhos assemelhados;
- b) Estabeleçam que o **CONTRATANTE** poderá, a seu juízo, utilizar os direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

**7.1.10.** Fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os custos 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 ao **CONTRATANTE**.

**7.1.11.** Fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com terceiros, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e outras, que não impliquem direitos de uso de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

- a) que ao **CONTRATANTE** será entregue duas cópias, uma em Betacam e outra em DVD, de todo o material bruto produzido;
- b) a cessão dos direitos patrimoniais de uso desse material à **CONTRATANTE**, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos;
- c) que qualquer remuneração devida em decorrência dessa cessão será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

**7.1.12.** Assumir o compromisso de sempre negociar as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes das declarações referidas nos itens 8.5.1 "a" e "b" do Edital, para os direitos de imagem e som de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da **CONTRATANTE**.

## **CLÁUSULA OITAVA – DA VIGÊNCIA**

A vigência do contrato a ser celebrado pelo SENAR, decorrente do Termo de Referência, será de 12 meses, iniciados a partir da data da sua assinatura podendo ser prorrogado, mediante Termo Aditivo, desde que atenda o que estabelece o art. 26, parágrafo único e o art. 30 do Regulamento de Licitações e Contratos do SENAR.

## **CLÁUSULA NONA – DA DENÚNCIA**

A **CONTRATANTE** poderá denunciar o presente contrato, a qualquer tempo, por conveniência administrativa, sem quaisquer ônus, mediante aviso por escrito com antecedência mínima de 30 (trinta) dias, durante os quais permanecerão vigentes as bases do contrato.

## **CLÁUSULA DÉCIMA – DA RESCISÃO**

**10.1.** O contrato a ser celebrado pelo SENAR poderá ser rescindido por:

- 10.1.1.** Ato unilateral escrito e motivado da contratante, sem prejuízo das sanções cabíveis, sendo notificado o contratado, com antecedência de 30 (trinta) dias;
- 10.1.2.** Amigavelmente, por acordo entre as partes, desde que conveniente e oportuna para a contratante;
- 10.1.3.** Judicialmente, nos termos da legislação pertinente;

- 10.1.4. Por inexecução parcial ou total do contrato;
- 10.1.5. Ocorrência de casos fortuitos ou de força maior, que obstem a perfeita execução deste negócio jurídico.
- 10.1.6. Ocorrendo a rescisão deste Contrato, o **CONTRATANTE**, poderá usar o material de propaganda em seu poder durante o tempo que entender conveniente e como lhe aprouver.
- 10.1.7. Rescindido o Contrato por culpa da **CONTRATADA**, o **CONTRATANTE** entregará os serviços, objeto deste Contrato, a quem julgar conveniente, sem qualquer consulta ou interferência da **CONTRATADA**, que responderá na forma legal e contratual pela infração ou execução inadequada que tenham dado causa à rescisão.
- 10.1.8. Em caso de rescisão, o **CONTRATANTE** se responsabilizará pelas despesas efetivamente realizadas e comprovadas pela **CONTRATADA**, até a data da respectiva comunicação.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DA FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO**

- 10.1. A fiscalização do presente contrato a que se refere ficará a cargo da Assessoria de Comunicação desta Instituição Contrato.
- 10.2. A **CONTRATANTE** fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.
- 10.3. A fiscalização em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da **CONTRATADA** pela perfeita execução dos serviços.
- 10.4. A **CONTRATADA** somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal da **CONTRATANTE**.
- 10.5. A **CONTRATADA** se obriga a permitir que a auditoria interna da **CONTRATANTE** e/ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à **CONTRATANTE**.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DAS ALTERAÇÕES**

O presente Contrato poderá ser aditado na forma e condições estabelecidas no Artigo 30 do Regulamento de Licitações e Contratos do SENAR.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DA COMPROVAÇÃO DE PAGAMENTOS DE ENCARGOS**

É assegurado à **CONTRATANTE**, a faculdade de solicitar à **CONTRATADA** toda e qualquer documentação que comprove o correto e tempestivo pagamento de todos os encargos previdenciários, trabalhistas, fiscais e comerciais decorrentes da execução deste Contrato.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DAS PENALIDADES**

- 14.1. O Descumprimento do objeto licitado sujeitará a licitante as penalidades previstas abaixo, garantida a ampla defesa.
  - a) Advertência;

- b) Multas de 2% sobre o valor mensal faturado, dobrável no caso de reincidência, a critério exclusivo do **SENAR-AR/RN**, que será descontado do pagamento subsequente;
- c) Suspensão do direito de firmar Contrato com o **SENAR-AR/RN**, durante o prazo de até 02 (dois) anos;
- d) Declaração de inidoneidade para licitar e contratar com o **SENAR-AR/RN**, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a sua reabilitação.

14.2. A multa e a penalidade somente poderão ser relevadas nos casos fortuitos e de força maior, devidamente justificada e comprovada.

14.3. Independentemente da aplicação da multa, a Contratada não fará jus ao recebimento do valor equivalente e correspondente ao do inadimplemento pela inexecução parcial ou total do contrato.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DO FORO**

Elegem as partes, de comum acordo, o foro da cidade de Natal/RN como competente para dirimir todas as dúvidas e litígios decorrentes da execução do presente Contrato, renunciando expressamente a qualquer outro, por mais privilegiado ou especial que se configure.

E, assim, por estarem justos e contratados, assinam o presente negócio jurídico em 02 (duas) vias de igual teor e forma, juntamente com 02 (duas) testemunhas para que produza seus legais e jurídicos efeitos.

Natal/RN, xx de xxx de 2022

**JOSÉ ÁLVARES VIEIRA**

Presidente do Conselho Administrativo do SENAR-AR/RN  
CONTRATANTE

Responsável Legal - Cargo  
**CONTRATADA**