

CONCORRÊNCIA N.º 009/2026 (SENAC ES) N.º 004/2026 (SESC ES) CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA O SENAC E SESC ES

O SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL e o SERVIÇO SOCIAL DO COMERCIO tornam público para conhecimento dos interessados a realização de Licitação, modalidade Concorrência, do tipo **MELHOR TÉCNICA**, regida pela Resolução SENAC n.º 1.270/2024, Resolução SESC n.º 1.593/2024 e subsidiariamente a Lei Federal n.º 12.232/2010.

Objeto: Contratação de agência de publicidade para prestação de serviços de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente, que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos de comunicação e demais meios de divulgação, com intuito de atender aos interesses do SENAC ES e SESC ES na difusão de suas iniciativas junto ao público-alvo, contemplando publicidade comercial, institucional, digital e legal, por um período de 12 (doze) meses, conforme especificações constantes neste Edital.

CONTEÚDO:

SEÇÃO I	–	CREDENCIAMENTO E APRESENTAÇÃO DOS ENVELOPES
SEÇÃO II	–	ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS E CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO
SEÇÃO III	–	COMISSÃO TÉCNICA E CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO TÉCNICA
SEÇÃO IV	–	CONDIÇÕES GERAIS
SEÇÃO V	–	MINUTÁ DE CONTRATO
ANEXO I	–	BRIEFING – PLANO DE COMUNICAÇÃO
ANEXO II	–	MODELO DE CREDENCIAMENTO
ANEXO III	–	DECLARAÇÃO DE ACEITAÇÃO

REUNIÃO PARA SORTEIO PARA COMPOSIÇÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Reunião será realizada as **09h00min** do dia **11/06/2026**, sala de reunião da Direção Regional do SENAC - AR/ES Bloco C, Av.: Marechal Mascarenhas de Moraes, 2077, Bento Ferreira, Vitória/ES.

REUNIÃO DE CREDENCIAMENTO E RECEBIMENTO DOS ENVELOPES 1, 2 e 3.

Reunião será realizada as **09h00min** do dia **09/07/2026**, sala de reunião da Direção Regional do SENAC - AR/ES Bloco C, Av.: Marechal Mascarenhas de Moraes, 2077, Bento Ferreira, Vitória/ES.

REUNIÃO DE ABERTURA DO ENVELOPE 2.

Reunião **será agendada após a publicação do resultado das análises dos envelopes 1 e 3 no site do SENAC** e será realizada na sala de reunião da Direção Regional do SENAC - AR/ES Bloco C, Av.: Marechal Mascarenhas de Moraes, 2077, Bento Ferreira, Vitória/ES.

REUNIÃO DE RECEBIMENTO DO ENVELOPE 4.

Reunião **será agendada após a publicação do resultado final no site do SENAC** e será realizada na sala de reunião da Direção Regional do SENAC - AR/ES Bloco C, Av.: Marechal Mascarenhas de Moraes, 2077, Bento Ferreira, Vitória/ES.

ESCLARECIMENTOS E DÚVIDAS.

Os licitantes que tiverem necessidade de esclarecer dúvidas desta Licitação deverão entrar em contato até às 17h00min do dia **01/07/2026**, por meio de correspondência dirigida à Comissão de Licitação em papel timbrado da empresa Licitante ou através do e-mail licitacao@es.senac.br. As respostas serão anexadas no site do SENAC ES.

SEÇÃO I
CRENCIAMENTO E APRESENTAÇÃO DOS ENVELOPES

1. CRENCIAMENTO

- 1.1. Para fins de credenciamento, em caso de representação pelo próprio sócio ou pessoa com poderes em assinar pela empresa, deverá apresentar cópia simples de seu Estatuto ou Contrato Social comprovando os seus poderes. Em caso de representação por outra pessoa fora do quadro social deverá apresentar-se munido de Procuração ou Carta de Apresentação, ambas com firma reconhecida em cartório, emitida pelo titular da empresa na forma do Estatuto ou Contrato Social. Para todos os presentes deverá apresentar documento oficial com foto (cédula de identidade, CNH, CTPS, Certificado de Reservista, Passaporte, ou qualquer documento oficial de identificação, com foto, reconhecido nacionalmente) para confirmação. Os documentos deverão ser apresentados na abertura da licitação, **não devendo estar em nenhum dos envelopes – Vide Anexo II.**

Obs.: Deverá ser juntado ao credenciamento, documentos que comprovem que o outorgante tem poderes para assinar como representante da licitante

2. DA ENTREGA E APRESENTAÇÃO DOS ENVELOPES

- 2.1. As propostas deverão ser apresentadas em três invólucros (envelopes), entregues de forma presencial, de modo a assegurar a confidencialidade da via não identificada e a integridade da avaliação pela Comissão Técnica, observando as disposições abaixo.
- 2.1.1. O invólucro destinado ao acondicionamento da **Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária (Envelope nº 01)** será **fornecido às licitantes interessadas pela Comissão Permanente de Licitação do SENAC/ES**. As licitantes deverão retirá-lo, junto ao Departamento de Suprimentos do SENAC/ES, localizada na Direção Regional do SENAC - AR/ES Bloco C, Av.: Marechal Mascarenhas de Moraes, 2077, Bento Ferreira, Vitória/ES, observando-se para tanto o horário das 08h00min às 12h00min e 13h00min às 17h00min de segunda a sexta, exceto feriados. **Para retirada do invólucro, é obrigatório a apresentação do Contrato Social pela Empresa Interessada.**
- 2.1.2. O invólucro a que se refere, será um envelope do tipo pardo.
- 2.1.3. **O Envelope nº 01** deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação, fechado/lacrado e **sem nenhum tipo de informação, marca, sinal, etiqueta, palavra, não podendo estar ainda danificado/deformado pelas peças nele contidos ou conter quaisquer outros elementos que, por si só, possibilite a identificação da licitante** antes da abertura do Envelope nº 02 que contém sua via identificada, sob pena de desclassificação.
- 2.1.4. Cada licitante deverá apresentar à Comissão Permanente de Licitação, os **envelopes 2 e 3**, com suas propostas, fechados e rubricados no fecho, contendo em suas partes externas e frontais, em caracteres destacados, os seguintes dizeres:

NOME DA LICITANTE:

CNPJ:

LICITANTE:

ENDEREÇO:

TELEFONE:

E-MAIL:

À

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

Ref. CONCORRÊNCIA Nº 009/2026 (SENAC ES) N.º 004/2026 (SESC ES)

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS AO SENAC/ES.

ENVELOPE Nº 02

PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

MODELO

NOME DA LICITANTE:

CNPJ:

LICITANTE:

ENDEREÇO:

TELEFONE:

E-MAIL:

MODELO

À

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

Ref. CONCORRÊNCIA Nº 009/2026 (SENAC ES) N.º 004/2026 (SESC ES)

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS AO SENAC/ES.

ENVELOPE Nº 03

PROPOSTA TÉCNICA – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO, RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

- 2.1.5. A inversão dos documentos no interior dos envelopes, mesmo que seja apenas 01 (um) documento, bem como a identificação do envelope nº 01 ou a ausência de identificação dos envelopes nº 02 e 03 poderão acarretar a **desclassificação** da licitante do certame.

3. DA PROPOSTA TÉCNICA – ENVELOPES Nº 01,02 E 03

- 3.1. A PROPOSTA TÉCNICA será composta de um **Plano de Comunicação Publicitária**, pertinente às informações constantes no Briefing, anexo I, e de Proposta Técnica (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação), e deverá ser apresentada em quatro invólucros distintos, quais sejam:
- Invólucro nº 1 – Plano de Comunicação Publicitária (Via não identificada): deverá ser apresentado aberto, sem qualquer identificação externa.
 - Invólucro nº 2 – Plano de Comunicação Publicitária (Via identificada contendo a razão social da licitante, CNPJ e o nome do processo licitatório): deverá permanecer lacrado, sendo aberto apenas após o julgamento técnico.
 - Invólucro nº 3 – Proposta Técnica: deverá conter a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.
 - Invólucro nº 4 – Documentos de Habilitação: deverá ser apresentado pelas licitantes classificadas na fase técnica.
- 3.2. A falta de apresentação de qualquer quesito exigido para a PROPOSTA TÉCNICA ou sua apresentação em desacordo com o edital implicará a desclassificação sumária da licitante proponente.
- 3.3. Se alguma proposta técnica for desclassificada, não por identificação do proponente, mas, por desatendimento às exigências, por não alcançar a nota mínima ou por ter obtido nota zero nos quesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, a Subcomissão Técnica atribuirá pontos a cada quesito e subquesito da Proposta, lançando sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos seus membros até que se expire o prazo para recurso.
- 3.4. **A Comissão Permanente de Licitação não receberá nenhum dos invólucros com as PROPOSTAS TÉCNICAS se o ENVELOPE Nº 01, contendo a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária estiver identificado, apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante, ou ainda, se estiver danificado ou deformado pelas peças,**

materiais e/ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

3.5. ENVELOPE Nº 01 – Plano de Comunicação Publicitária – Via não identificada:

3.5.1. O Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada deverá ser apresentada:

- a) em papel A4, 90 g, branco;
- b) impresso na cor preta, orientação Retrato
- c) com espaçamento de 2 cm nas margens direita, esquerda, superior e inferior, a partir da borda;
- d) sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- e) com textos justificados;
- f) com espaçamento “simples” entre linhas;
- g) com texto em fonte “arial”, tamanho 12 pontos;
- h) com numeração contínua em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito; em fonte “arial”, tamanho 8 pontos
- i) encadernado com capa frente em plástico transparente, verso em plástico preta, espiral preta
- j) limitado ao total de 10 páginas, desconsiderados os anexos
- k) sem identificação da licitante

3.5.2. O Plano de Comunicação Publicitária - via não identificada – será composto e apresentado em quatro seções de conteúdo:

- I. **Raciocínio básico**, sob a forma de **texto de no máximo 02 (duas) páginas**, que apresentará um diagnóstico demonstrando sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o(s) desafio(s) de comunicação a serem enfrentados, abrangendo os objetivos, geral e específico, de comunicação expressos no Briefing
- II. **Estratégia de comunicação publicitária**, sob a forma de **texto de no máximo 03 (três) páginas**, que indicará e defenderá as linhas gerais para suprir o(s) desafio(s) de comunicação a serem enfrentados e alcançar os objetivos, geral e específico, de comunicação expressos no Briefing compreendendo:

- a) Explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;
- b) Explicitação e defesa dos principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar

III. **Ideia criativa**, manifestada sob a forma de peças publicitárias descritas em forma de **texto limitado a 3 (três) páginas, e anexos**, sendo estes anexos:

- a) Limitados ao máximo de 5 (cinco)
- b) Ilustrados na forma de impressões afixadas sobre pranchas em cartolina ou papel cartão na cor preta, em dimensões compatíveis às do envelope que as comportará.
- c) Peças eletrônicas podem ser apresentadas na forma de monstros, salvas em formatos MP4, AVI, WMV ou similares, e salvas em pen drive acondicionada em estojo. O Pen drive necessariamente deverá conter etiqueta rótulo na cor branca, com as informações conforme segue:

Concorrência nº 009/2026 (SENAC ES) N.º xxx/2026 (SESC ES)
Proposta Técnica – Peça (Título da peça)
Fonte Arial 10, cor preta e alinhamento justificado.

- IV. **Estratégia de mídia e não-mídia**, em que o proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ele sugerida e em função da verba disponível indicada no instrumento convocatório, apresentada sob a forma **de textos de no máximo 04 (quatro) páginas, e anexos, não contabilizados no limite de páginas da seção, podendo ser** apresentados em tabelas em fonte menor e páginas com margens estreitadas, contendo:
- V. **Resumo do investimento demonstrando:**

- VI. Os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios.
- VII. Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de comunicação;
- VIII. As quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou material de não mídia;
- IX. Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e/ou material de não mídia;
- X. Os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e/ou material de não mídia.

- a) Plano de mídia e não mídia, que considere valores de tabela cheia dos veículos vigente na data de abertura da presente licitação

- 3.5.3. O Plano de Comunicação Publicitária previsto no item 3.5.1 será apresentado em 2 (duas) vias, uma sem a identificação de sua autoria em invólucro padronizado fornecido previamente pelo SENAC/ES, e outra com a identificação, conforme o item 2.1.4;
- 3.5.4. A via identificada do Plano de Comunicação Publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa.
- 3.5.5. Será vedada a aposição, ao invólucro e conteúdo destinado às informações da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, de qualquer marca, sinal, etiqueta, palavra ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação do seu proponente/autor antes ou depois da abertura do invólucro 01 sem identificação da licitante.
- 3.5.6. Será desclassificada a licitante que descumprir o disposto no item 3.5 e seus subitens.
- 3.5.7. A critério do SENAC/ES, a campanha publicitária da proposta vencedora poderá, ou não, vir a ser produzida e veiculada, com ou sem modificações, na vigência do Contrato.

4. ENVELOPE Nº 02 – Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitária:

- 4.1. O ENVELOPE Nº 2 deverá conter a via identificada do Plano de Comunicação Publicitária, cujo teor deverá ser cópia fiel da via não identificada, sem os exemplos de peças e/ou material referentes à ideia criativa.
- 4.2. O envelope deverá ser fechado, opaco e inviolável, constando de sua parte externa as informações constantes no item 2.1.4 acima.

5. ENVELOPE Nº 03 – Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório, Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- 5.1. O ENVELOPE nº 03 deverá conter **a Proposta Técnica**
- 5.2. Os documentos e informações relativos à capacidade de atendimento, repertório e relatos de soluções de problemas de comunicação deverão ser apresentados
 - a. em papel A4, 90 g, branco;
 - b. orientação Retrato
 - c. espaçamento de 2 cm nas margens direita, esquerda, superior e inferior, a partir da borda;
 - d. sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
 - e. com textos justificados;
 - f. com espaçamento “simples” entre linhas;
 - g. com texto em fonte “arial”, tamanho 12 pontos;
 - h. com numeração contínua em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito; em fonte “arial”, tamanho 8 pontos
 - i. encadernado com capa frente em plástico transparente, verso em plástico preta, espiral preta
 - j. limitado ao total de 20 páginas, desconsiderados os anexos
- 5.2.1. A capacidade de atendimento deverá ser constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos por meio dos quais a licitante apresentará:
 - a. A descrição das instalações, infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;
 - b. No caso de agências não situadas na Grande Vitória, será exigido descritivo das instalações e infraestrutura de atendimento para o cliente na região e o prazo com o qual se compromete para disponibilização da mesma.

- c. A relação nominal dos seus principais clientes e o ano de início da relação contratual cliente-agência.
 - d. A quantificação e qualificação, sob forma de currículo resumido (nome, formação e experiência) dos profissionais de planejamento, atendimento, digital, redação, direção de arte, produção e mídia que serão colocados à disposição do contrato, limitados ao máximo de 2 (dois) por segmento de atividade
 - e. A descrição da sistemática de atendimento, discriminando 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;
 - f. A discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que coloca regularmente à disposição do Contratante, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.
 - g. Deverá apresentar também atestados de capacidade técnica, sendo 2 (dois) concedidos por veículos de comunicação e 2(dois) concedidos por fornecedores de mercado.
- 5.2.2. O repertório deverá ser apresentado na forma de texto por suas fichas técnicas e como anexo em forma conveniente ao proponente, e constituído de até 8 (oito) peças e/ou material concebido e veiculados, expostos ou distribuídos pela empresa licitante, de qualquer tipo ou forma de veiculação, acompanhadas de suas respectivas fichas técnicas.
- 5.2.3. Dos relatos de soluções de problemas de comunicação. Serão apresentados na forma de texto pelo descritivo de até 3 problemas de comunicação, estratégias e ações planejadas pela licitante e resultados alcançados, devidamente validados e vistos de forma evidente pelos referidos clientes, e como anexo em forma conveniente ao proponente, limitado ao máximo de 3 peças por case.
- 5.2.4. É vedada a aposição no ENVELOPE nº 03, assim como nos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária antes da abertura do ENVELOPE nº 02, que contém a sua via identificada, sob pena de desclassificação.
- 5.2.5. Cada relato de soluções de problemas de comunicação deverá ser formalmente referendado pelo respectivo cliente, devendo constar a indicação de nome empresarial do cliente, assinatura do seu representante acompanhada de seu nome, cargo ou função.
- 5.2.6. As peças e/ou material do repertório e os relatos de soluções de problemas de comunicação devem ter como período de criação, produção e veiculação o intervalo de janeiro de 2024 até a data de abertura do certame.
- 6. ENVELOPE Nº 04 – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**
- 6.1. Cada licitante classificado deverá apresentar **em data a ser agendada** à Comissão Permanente de Licitação, o envelope 4, com os documentos de habilitação, fechados e rubricados no fecho, contendo em suas partes externas e frontais, em caracteres destacados, os seguintes dizeres:

NOME DA LICITANTE:

CNPJ:

LICITANTE:

ENDEREÇO:

TELEFONE:

E-MAIL:

À

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

Ref. CONCORRÊNCIA Nº 009/2026 (SENAC ES) N.º 004/2026 (SESC ES)

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS AO SENAC/ES.

ENVELOPE Nº 04

DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO: DEVERÁ SER APRESENTADO PELAS LICITANTES CLASSIFICADAS NA FASE TÉCNICA

MODELO

- 6.2. Ato Constitutivo, Estatuto ou Contrato Social em vigor, com todas as alterações, caso não estejam consolidados, devidamente registrados na Junta Comercial, em se tratando de sociedades comerciais, e, no caso de sociedades por ações, acompanhados de documentos de eleição de seus administradores;
 - 6.3. Inscrição do Ato Constitutivo, no caso de Sociedades Cíveis, acompanhada de prova de diretoria em exercício;
 - 6.4. Cópia do cartão do Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ);
 - 6.5. Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se houver relativo ao domicílio ou à sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;
 - 6.6. Prova de regularidade para com a Secretaria da Receita Federal, Procuradora da Fazenda Nacional e Contribuições Sociais;
 - 6.7. Prova de regularidade para com a Fazenda Estadual do licitante, na forma da lei;
 - 6.8. Prova de regularidade para com a Fazenda Municipal do domicílio ou na sede do licitante, na forma da lei;
 - 6.9. Prova de regularidade relativa ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço, no cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei;
 - 6.10. Certidão negativa de débitos trabalhistas.
 - 6.11. Declaração em papel timbrado do licitante, de que recebeu os documentos, tomou conhecimento e concorda com todas as condições desta Concorrência; – **Vide Anexo III.**
 - 6.12. Certidão negativa de falência expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, ou de execução patrimonial, expedida no domicílio da pessoa física;
 - 6.13. **Habilitação Técnica:**
 - 6.13.1. Declaração de que a licitante atua como agência de publicidade, conforme definição da Lei nº 4.680/1965, e apresenta certificação válida do CENP – Conselho Executivo de Normas-Padrão, sendo facultativa a filiação a entidades representativas do setor, como SINAPRO ou ABAP.
 - 6.13.2. Certificado de Qualificação Técnica válido na data de abertura, expedido pelo CENP - Conselho Executivo de Normas-Padrão;
 - 6.13.3. Apresentação de, no mínimo, 01 (um) atestado de capacidade técnica, emitido por pessoa jurídica de direito público ou privado, preferencialmente em papel timbrado da emitente, contendo a identificação do signatário com nome completo, CPF, cargo e dados para eventual contato (telefone e e-mail), declarando que a licitante tenha prestado serviços compatíveis com os objetos da licitação e indicando o período em que o serviço foi prestado;
 - 6.13.4. Declaração de capacidade técnica operacional, por meio de apresentação de currículos profissionais, portfólio contendo apresentação dos serviços já prestados e que guardem similaridade ao objeto do presente edital e outros documentos que evidenciem a capacidade técnica da empresa para a execução dos serviços.
- 7. ESTÃO IMPEDIDAS DE PARTICIPAR DESTA LICITAÇÃO EMPRESAS QUE:**
- 7.1. Estiverem sob decretação de falência;
 - 7.2. Não explorem ramo de atividade pertinente e compatível com o objeto desta licitação, a ser comprovado com os CNAES registrados no Cartão CNPJ emitido pela Receita Federal;
 - 7.3. Estejam suspensas de licitar com o SENAC;
 - 7.4. Estejam cadastradas como inidôneas e suspensas no portal transparência da Controladoria Geral da União (CGU);
 - 7.5. Estejam reunidas em consórcio;
 - 7.6. Possuam débitos com o SENAC referentes a contratos ou convênios anteriores;
 - 7.7. Tenham como sócios ou sejam parte em processos judiciais em desfavor do SENAC.
 - 7.8. Cada pessoa jurídica licitante somente poderá apresentar uma proposta. Não serão aceitas propostas de empresas diferentes que tenham sócios em comum.
 - 7.9. Nenhuma pessoa, ainda que munida de procuração, poderá representar mais de uma empresa neste certame, sob pena de exclusão sumária das licitantes representadas.
 - 7.10. Os licitantes deverão analisar os documentos da presente licitação e respeitar todos os requisitos e condições neles contidos quando da preparação da proposta.
 - 7.11. O SENAC DR/ES reserva-se ao direito de solicitar informações adicionais ou realizar diligências para verificar a veracidade e adequação das informações apresentadas pelos proponentes, visando assegurar a lisura e transparência do processo licitatório.

SEÇÃO II

ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS E CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO

1. OBJETO

- 1.1. Este edital tem por base a Lei nº 12.232/2010, que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda; a Lei nº 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD); e a Resolução SENAC n.º 1.270/2024, Resolução SESC n.º 1.593/2024, que institui o Regulamento de Licitações e Contratos, quando for o caso a Lei nº 14.133/2021, aplicável de forma subsidiária.
- 1.2. Este edital tem como objetivo a contratação de agência de publicidade para a prestação de serviços de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas de forma integrada, tais como estudo, planejamento, conceituação, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de publicidade aos veículos de comunicação e demais meios de divulgação, com o intuito de atender aos interesses do Senac-ES e do Sesc-ES.
- 1.3. O contrato abrangerá campanhas institucionais, comerciais, digitais e legais, com vigência inicial de 12 meses, prorrogável.
- 1.4. A contratação visa atender às necessidades de comunicação de todas as unidades do Senac Espírito Santo, incluindo o Hotel Senac Ilha do Boi, bem como de todas as unidades do Sesc/ES, compreendendo suas áreas de atuação no Estado, devendo ainda contemplar eventuais futuras unidades de ambas as instituições.
- 1.5. O Senac DR/ES tem como missão educar para o trabalho de forma inovadora e inclusiva, nas áreas do comércio de bens, serviços e turismo, visando transformar vidas e fortalecer o setor no Espírito Santo. Para cumprir seus propósitos institucionais, a entidade precisa divulgar amplamente seus serviços, programas e informações de interesse público.
- 1.6. Já o Sesc AR/ES atua nas áreas de educação, cultura, saúde, lazer, assistência e turismo social, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida dos trabalhadores do comércio de bens, serviços e turismo, de seus dependentes e da sociedade em geral.
- 1.7. Este edital também estabelece as especificações técnicas, os critérios de aceitabilidade, os prazos, as condições de fornecimento e demais requisitos necessários à contratação de empresa especializada na prestação de serviços técnicos de planejamento e veiculação (compra de mídia), incluindo estudos, concepção, execução e distribuição de propaganda aos veículos de divulgação. Os serviços serão prestados por agência de publicidade e propaganda com o objetivo de promover produtos e serviços, difundir ideias, fortalecer as marcas institucionais e divulgar atos, programas, ações e campanhas de interesse do Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial – Senac/ES e do Serviço Social do Comércio – Sesc/ES, Departamentos Regionais no Estado do Espírito Santo.

2. JUSTIFICATIVA:

- 2.1. O SENAC DR/ES, cuja missão é educar para o trabalho de forma inovadora e inclusiva nas áreas do comércio de bens, serviços e turismo, necessita divulgar amplamente seus serviços, programas e informações de interesse público. A contratação de agência de publicidade visa garantir eficiência, qualidade técnica e abrangência nas ações de comunicação, fortalecendo a imagem institucional e contribuindo para a ampliação da visibilidade e receitas da instituição.
- 2.2. O SENAC DR/ES atua como entidade formadora de Educação Profissional com a oferta de cursos que vão desde a Formação Inicial Continuada, estudos para Aprendizagem, Qualificação e Aperfeiçoamento, passando por Formações Técnicas, no modo presencial e híbrido, bem como oferta de Graduação e Pós-graduação, através da modalidade EAD. Para o cumprimento dos seus propósitos institucionais, necessita divulgar uma série de serviços, programas e demais informações de interesse público e que dependem de comunicação em larga escala. Campanhas como: Programa Jovem Aprendiz para empresas; Inserção Produtiva, através do programa Emprega Senac; Inovação, com a divulgação do Inspira+; Inclusão, através da ampla divulgação do conjunto de programas sociais do Ser Senac; oferta de vagas PSG para diversos cursos; ampla divulgação do Senac-ES como polo EAD na oferta de cursos técnicos, graduação e pós-graduação, dentre outros escopos.
- 2.3. O SESC AR/ES, integrante do Sistema Fecomércio-ES, desenvolve ações nas áreas de educação, cultura, saúde, lazer, assistência e turismo social, voltadas à promoção da qualidade de vida dos trabalhadores do comércio de bens, serviços e turismo, de seus dependentes e da sociedade em geral.

Para o cumprimento de seus objetivos institucionais, o Sesc/ES também necessita divulgar amplamente seus programas, projetos, campanhas, eventos, serviços e atividades desenvolvidas em suas Unidades Operacionais, incluindo ações culturais, esportivas, de saúde preventiva, turismo social e programas sociais.

- 2.4. Por esses motivos, o presente edital tem por objetivo a contratação de agência de publicidade, que faça todo planejamento de mídia e compra/negociação de espaços publicitários, nas mídias tradicionais e digitais, de acordo com os públicos definidos para cada uma das campanhas. Os serviços de publicidade servem para o alcance dos objetivos mercadológicos e institucionais das entidades, visando a divulgação de seus produtos, serviços, programas e ações perante seus públicos de interesse e a sociedade em geral.
- 2.5. A contratação de agência de publicidade para a realização dessas atividades aumenta a eficiência das ações da Gerência de Comunicação e Marketing do SENAC DR/ES e Assessoria de Comunicação e Marketing do SESC AR/ES.

3. ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS:

- 3.1. Atividade principal: serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção de planos de mídia, a intermediação e a supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de publicidade, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover os serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral.
- 3.2. A agência contratada será responsável exclusivamente pelo planejamento, negociação e compra de espaços publicitários, podendo auxiliar na supervisão técnica da criação de peças desenvolvidas internamente pelo SENAC-ES e pelo SESC-ES, sem assumir a responsabilidade direta pela criação de conteúdo publicitário, salvo em casos expressamente autorizados por cada uma das instituições.
- 3.3. A contratação deverá contemplar a compra de mídia nos seguintes canais, conforme pertinência da campanha:
 - a) Mídia impressa: jornais, revistas, folhetos e outros materiais impressos.
 - b) Mídia televisiva: canais de TV aberta e por assinatura (fechada).
 - c) Mídia radiofônica: rádios AM, FM e web rádios.
 - d) Mídia digital: anúncios online, redes sociais, plataformas de streaming e podcasts.
 - e) Mídia OOH: publicidade em espaços públicos, como outdoors, painéis digitais e mobiliário urbano.
 - f) Mídia indoor: mídia veiculada em ambientes fechados, como shoppings, academias e elevadores.
 - g) Mídia alternativa: ações promocionais em locais ou formatos não convencionais, como eventos que tenham afinidade com a atividade finalística e a missão do Senac-ES, de caráter educacional e voltada à formação profissional, bem como do Sesc-ES, nas áreas de educação, cultura, saúde, lazer, assistência e turismo social.
 - h) Mídia cinematográfica: anúncios exibidos em salas de cinema.
 - i) Mídia mobile: publicidade veiculada em dispositivos móveis, como smartphones e tablets.
 - j) Mídia direta: comunicação personalizada, como mala direta, e-mail marketing e telemarketing.
- 3.4. Atividades complementares:
 - a) Planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimentos relativos a execução do contrato;
 - b) Criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
 - c) Supervisão da execução técnica das peças e ou material criados pelo setor de Comunicação e Marketing do SENAC e SESC DR/ES ou fornecedores contratados;
 - d) Elaboração do plano de mídia anual com diagnóstico/análise, estratégias e ações táticas posicionadas mensalmente, alinhado às necessidades do Senac-ES e Sesc-ES e submetido à aprovação final do mesmo, respeitando fluxos de comunicação previamente estabelecidos. Também será necessário justificativa técnica para escolha dos veículos apontados no plano. Este plano poderá, também, contemplar estratégias de marketing digital;
 - e) Para avaliar a efetividade das campanhas, a agência contratada deverá produzir um cronograma básico de campanhas e relatórios de resultados. Os relatórios de desempenho deverão incluir

indicadores de performance (KPIs) previamente acordados, tais como alcance de mídia, engajamento digital, CTR, ROI institucional e indicadores de recall de marca. Os resultados serão avaliados mensalmente pelas Gerências de Comunicação e Marketing de cada casa;

- f) Assessoramento no estudo, planejamento, contratação e execução de ações institucionais e promocionais;
- g) Estudo, planejamento, desenvolvimento criação e produção de campanhas de endomarketing;
- h) Elaboração de planos de mídia para campanhas eventuais, contratação de veículos de comunicação e checking das veiculações, bem como a apresentação de relatórios de performance, impactos, alcances, entre outras aferições referente a mídia.
- i) Todo e qualquer material publicitário que venha a ser desenvolvido para perfeita execução dos serviços que constituem o objeto desta licitação deverá ser submetido à análise prévia e aprovação da Gerência de Comunicação e Marketing do Senac-ES e da Assessoria de Comunicação e Marketing do Sesc-ES, antes de quaisquer veiculações, uma vez que a licitante eventualmente contratada atuará por ordem e conta do Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial – Senac/ES e do Serviço Social do Comércio – Sesc/ES, conforme previsto no artigo 17 da Lei nº 12.232/2010.

4. ESTIMATIVA DOS SERVIÇOS:

- 4.1. O valor global estimado para o investimento em ações de publicidade no período de vigência do contrato é de **R\$ 2.500.000,00** (Dois milhões e quinhentos mil reais), com aplicabilidade nas seguintes áreas: Ações de Publicidade referentes a todas as frentes do **SENAC-ES** (Inspira +, Emprega Senac, Senac Empresas, Ser Senac, Divulgação de projetos, cursos livres e de extensão, técnico, graduação e pós-graduação, cursos EAD, contratos de parcerias ou convênios, eventos próprios ou patrocinados, Competições Senac de Educação Profissional, entre outros), bem como Ações de Publicidade do Hotel Senac Ilha do Boi, institucionais e também comerciais, além de eventos promovidos pelo Hotel.
- 4.2. O valor global estimado para o investimento em ações de publicidade no período de vigência do contrato é de **R\$ 4.350.00,00** (quatro milhões e trezentos e cinquenta mil reais), com aplicabilidade nas seguintes áreas: Ações de Publicidade referentes a todas as frentes do **SESC-ES** (áreas de educação, cultura, saúde, lazer, assistência e turismo social, incluindo divulgação de programações culturais, eventos esportivos, projetos sociais, ações do Mesa Brasil, atividades dos Centros de Turismo Social e Lazer, campanhas institucionais e demais iniciativas desenvolvidas em suas Unidades Operacionais.)
- 4.3. A escolha das campanhas, bem como do valor dispensado a cada uma das frentes mencionadas, será alinhada com a Diretoria Regional de cada entidade, bem como com os setores finalísticos, educacionais e de suporte que necessitarem de ampla divulgação para tratar de ações específicas.
- 4.4. A estimativa de investimento prevista constitui-se em mera previsão, não estando o SENAC DR/ES e o SESC AR/ES obrigados a realizá-la em sua totalidade, não cabendo à agência contratada o direito de pleitear qualquer tipo de indenização.
- 4.5. O SENAC DR/ES e o SESC AR/ES reservam-se o direito de, a seus critérios, utilizar ou não a totalidade da verba estimada, bem como implementá-la, em caso de necessidade institucional.
- 4.6. Os valores previstos neste tópico 4 poderão ser revistos nos casos de alteração na política econômica e/ou de revisão no orçamento do SENAC DR/ES e do SESC AR/ES.
- 4.7. Os investimentos em ações de publicidade serão faturados diretamente para o SENAC DR/ES e/ou para o SESC AR/ES, conforme a origem da demanda e a respectiva execução orçamentária.
- 4.8. Os custos estimados contemplam: contratação da agência, honorários, comissionamento de veículos e de fornecedores, de acordo com o preconizado pelo SINAPRO e CONAR, e veiculação/espacos de mídia de cunho publicitário. Estando estes valores/percentuais detalhados no edital de Licitação.

5. LOCAL:

- 5.1. A prestação de serviços será em âmbito estadual, podendo, eventualmente, ter abrangência nacional em ações específicas.

6. DADOS PARA FATURAMENTO:

- 6.1. **SENAC ES - UNIDADE SENAC DE VITÓRIA ES**

Razão Social: Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial
Senac Vitória - Avenida Marechal Mascarenhas de Moraes, nº 2077 - Bento Ferreira, Vitória/ES, CEP: 29050-625, CNPJ: 03.743.301/0001-01, Ins. Estadual: Isento.

6.2. **SESC ES - UNIDADE SENAC DE VITÓRIA ES**

Razão Social: Serviço Social do Comércio Sesc AR ES

Endereço: Praça Misael Pena, 54 – Bairro Parque Moscoso – Vitória/ES. CEP – 29.018-300. Tel. (27) 3232-3100. CNPJ: 05.305.785/0001-24.

7. FORMA DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS:

- 7.1. As ordens de serviço serão emitidas pela equipe técnica da Gerência de Comunicação e Marketing do Senac-ES e/ou da Assessoria de Comunicação e Marketing do Sesc-ES, devendo conter descrição detalhada, prazo de execução, valor estimado e aprovação formal do gestor do contrato de cada entidade demandante. A contratada deverá confirmar o recebimento e aceite da ordem em até 2 (dois) dias úteis.
- 7.2. Os serviços serão requisitados por demanda, só podendo ser executados a partir da emissão de ordem de serviço específica, de modo que o consumo dos serviços listados constitui mera expectativa em favor da empresa contratada. O plano de mídia elaborado pela contratada e aprovado pela Gerência de Comunicação e Marketing do Senac-ES e/ou pela Assessoria de Comunicação e Marketing do Sesc-ES, conforme a origem da demanda, será parte integrante da ordem de serviço.
- 7.3. Os serviços deverão ser executados no prazo e nas condições estabelecidas na ordem de serviço, sem prejuízo do cumprimento deste objeto, do edital da licitação e do respectivo contrato.
- 7.4. Os diversos planejamentos solicitados para as campanhas durante a execução do contrato poderão ser efetivados por meio de ordem de serviço ou não, conforme deliberação da entidade demandante.
- 7.5. Os serviços poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando em desacordo com as especificações constantes neste edital, no contrato ou na ordem de serviço específica, devendo ser corrigidos/refeitos/substituídos no prazo fixado pelo fiscal do contrato da respectiva entidade, às custas da contratada, sem prejuízo da aplicação de penalidades cabíveis.
- 7.6. O fornecedor contratado será o único responsável pela execução integral dos serviços descritos neste instrumento, não podendo delegar a terceiros quaisquer das atividades previstas, sem prévia autorização do SENAC DR/ES e/ou do SESC AR/ES, conforme o caso.
- 7.7. **Estrutura Operacional Local**
 - 7.7.1. A agência contratada deverá manter sede, filial ou estrutura operacional localizada no Estado do Espírito Santo, com equipe técnica disponível para atendimento presencial às demandas do Senac-ES e do Sesc-ES, durante toda a vigência contratual.
 - 7.7.2. Tal exigência decorre da necessidade de interação contínua com a Gerência de Comunicação e Marketing do Senac-ES e com a Assessoria de Comunicação e Marketing do Sesc-ES, bem como do acompanhamento presencial de campanhas, eventos e ações institucionais em todas as unidades do Senac-ES, incluindo o Hotel Senac Ilha do Boi, e em todas as unidades do Sesc-ES.
 - 7.7.3. O atendimento presencial visa garantir agilidade nas tomadas de decisão, eficiência na supervisão das campanhas e integração entre a contratada e as equipes técnicas de ambas as instituições, assegurando o pleno cumprimento das metas de comunicação estabelecidas neste edital.
 - 7.7.4. A exigência de estrutura operacional localizada no Estado do Espírito Santo é mantida, por se justificar tecnicamente a necessidade de atendimento presencial e contínuo, acompanhamento in loco de campanhas e ações institucionais, assegurando agilidade e integração entre contratantes e contratada.
 - 7.7.5. É vedada a subcontratação total, sendo admitida a subcontratação parcial de atividades-meio (como produção gráfica, audiovisual, edição de vídeos e serviços técnico-complementares), desde que previamente autorizada pela Gerência de Comunicação e Marketing do Senac-ES ou pela Assessoria de Comunicação e Marketing do Sesc-ES, conforme a demanda, e sob responsabilidade integral da contratada.

8. CONDIÇÕES DE PAGAMENTO:

- 8.1. Será efetuado em até 30 (trinta) dias individualmente para cada entidade, após a prestação do serviço fornecidos e da emissão da(s) respectiva(s) nota(s) fiscal(is), desde que tenham sido atestados e aceitos formalmente pelo Fiscal e Gestor do Contrato designado. Havendo a necessidade de que as Notas Fiscais sejam entregues pela Contratada, com prazo mínimo de 10 (dez) dias antecedentes ao vencimento. Ressalta-se ainda que a data de vencimento deva ser programada para Terças e Quintas, dias em que esta Instituição efetua os pagamentos;
- 8.2. O faturamento dos serviços será realizado sempre após a efetiva prestação dos serviços, mediante aprovação da Gerência de Comunicação e Marketing do Senac-ES ou da Assessoria de Comunicação

- e Marketing do Sesc-ES, conforme a origem da demanda, e apresentação dos respectivos comprovantes de veiculação.
- 8.3. O pagamento será realizado, preferencialmente:
- a) No caso do SENAC DR/ES, mediante boleto bancário ou crédito em conta da contratada, conforme prática administrativa adotada, havendo a necessidade de que as Notas Fiscais sejam entregues pela Contratada, com prazo mínimo de 10 (dez) dias antecedente ao vencimento. Ressalta-se ainda que a data de vencimento deverá ser programada para os dias 5, 15 ou 25 de cada mês, datas em que esta Instituição efetua os pagamentos.
- b) No caso do SESC DR/ES, mediante boleto bancário ou crédito em conta da contratada, conforme prática administrativa adotada, considerando que o Sesc/ES prioriza a realização de pagamentos às segundas e quartas-feiras.
- 8.3.1. Os dados constantes no boleto bancário ou na nota fiscal (como CNPJ, razão social, entre outros) deverão coincidir integralmente com aqueles informados na proposta comercial, na documentação de habilitação e no contrato firmado com a respectiva entidade.
- 8.4. Na impossibilidade de emissão de boleto bancário, a nota fiscal deverá conter os dados bancários completos para depósito em conta de titularidade da CONTRATADA, sendo de sua inteira responsabilidade a veracidade e correção das informações fornecidas.
- 8.4.1. O SENAC DR/ES e o SESC AR/ES não se responsabilizarão por eventuais erros ou inconsistências nas informações bancárias prestadas pela contratada.
- 8.5. Na impossibilidade de emissão de boleto bancário, a nota fiscal deverá conter os dados bancários completos para depósito em conta de titularidade da CONTRATADA, sendo de sua inteira responsabilidade a veracidade e correção das informações fornecidas.
- 8.6. Caso sejam constatados erros ou inconsistências na apresentação das notas fiscais e/ou boletos bancários, estes serão devolvidos à CONTRATADA para correção, passando o prazo para pagamento a contar a partir da data de reapresentação correta da documentação, sem qualquer ônus ao SENAC DR/ES ou ao SESC AR/ES.
- 8.7. É vedado à CONTRATADA ceder, transferir, dar em garantia ou negociar com terceiros, total ou parcialmente, quaisquer direitos decorrentes deste contrato, inclusive posição jurídica contratual ou créditos, sem prévia e expressa autorização da entidade contratante correspondente.

9. FORMA DE REMUNERAÇÃO E REEMBOLSO:

- 9.1. A remuneração da agência observará os seguintes parâmetros:
- a) Desconto sobre Custos Internos: 50% sobre a tabela referencial do SINAPRO;
- b) Honorários sobre Custos de Terceiros: 10%;
- c) Honorários sobre Mídia Digital: 14%;
- d) Desconto de Agência: 20% sobre preços de tabela ou negociados;
- e) Reajuste: conforme periodicidade da tabela SINAPRO.
- 9.2. É vedada a inclusão de acréscimos aos custos internos a título de ressarcimento. Todos os encargos e despesas deverão estar incluídos no valor da remuneração contratual.

10. GESTÃO E FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO:

- 10.1. O contrato do **SENAC ES** será fiscalizado pela CONTRATANTE por meio de seus Fiscais e Gestor de contrato, os quais farão o ateste dos serviços executados, e das respectivas notas fiscais enviadas pela CONTRATADA.
- 10.2. Os fiscais e gestor para atendimento do objeto serão:
- 10.2.1. **Gestor do Contrato:** Leonardo Davel Fernandes
- 10.2.2. **Fiscal Titular:** Lívia de Souza Miranda
- 10.2.3. **Fiscal Substituto:** Ellen de Souza Barbosa
- 10.3. O contrato do **SESC ES** será fiscalizado pela CONTRATANTE por meio de seus Fiscais e Gestor de contrato, os quais farão o ateste dos serviços executados, e das respectivas notas fiscais enviadas pela CONTRATADA.
- 10.4. Os fiscais e gestor para atendimento do objeto serão:
- 10.4.1. **Gestor do Contrato:** Geraldo de Paula Schuller Filho
- 10.4.2. **Fiscal Titular:** Elvira Rosa Broetto
- 10.4.3. **Fiscal Substituto:** Diego Guterra Pinheiro

- 10.5. Ao gestor do contrato cumpre coordenar o acompanhamento da execução dos serviços, tratar com o contratado e exigir que este cumpra o que foi pactuado; sugerir eventuais modificações contratuais; formalizar a necessidade de termos aditivos e prorrogação de prazos; verificar a manutenção das condições de habilitação; conduzir eventuais procedimentos administrativos de renegociação de preços registrados, para fins de adequação às novas condições de mercado, informar as autoridades competentes acerca da necessidade de serem aplicadas sanções ou de rescisão contratual, entre outras providências.
- 10.6. Compete ao fiscal do contrato acompanhar e fiscalizar a realização dos serviços, verificando se a execução do objeto contratado ocorre conforme as especificações predeterminadas, as normas e procedimentos previstos no contrato, anotando em registro próprio todas as ocorrências relacionadas com a execução do objeto deste contrato e determinando o que for necessário à regularização das faltas ou defeitos observados, de modo a legitimar a autorização para os pagamentos devidos ao contratado.
- 10.7. O gestor e o fiscal do contrato representam entidade contratante e devem conduzir suas atividades com integridade e transparência, solucionando problemas em tempo hábil para garantir a plena execução do contrato. A execução, fiscalização e entrega/recebimento dos serviços/produtos contratados devem ocorrer dentro da vigência contratual.
- 10.8. A fiscalização de que trata este item não exclui nem reduz a responsabilidade da CONTRATADA por danos causados ao CONTRATANTE ou a terceiros, decorrentes de ação ou omissão culposa ou dolosa de seus empregados ou prepostos, e não implica corresponsabilidade da CONTRATANTE pela execução dos serviços, nem exime a CONTRATADA do cumprimento integral de suas obrigações para a perfeita execução do objeto do CONTRATO.

SEÇÃO III

COMISSÃO TÉCNICA E CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO TÉCNICA

1. COMISSÃO TÉCNICA:

- 1.1. Nos termos do art. 10 da Lei nº 12.232/2010, será designada Comissão Técnica composta por, no mínimo, três integrantes de reputação ilibada e formação na área de publicidade e propaganda, e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto da própria instituição.
- 1.2. Os membros da Comissão Técnica serão escolhidos por sorteio, em sessão pública a ser realizada, observadas as regras de impedimento, especialmente para evitar conflito de interesses.
- 1.3. Caberá exclusivamente à Comissão Técnica avaliar e pontuar a parte técnica das propostas, de acordo com os critérios estabelecidos neste edital.

2. CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO TÉCNICA:

- 2.1. A avaliação das propostas considerará metodologia de pontuação com pesos distintos para técnica.
- 2.2. Os critérios técnicos poderão incluir, dentre outros: qualidade do planejamento, adequação ao público-alvo, criatividade, viabilidade de execução e coerência com os objetivos institucionais.
- 2.3. Para fins de avaliação técnica, poderá ser exigida a apresentação de campanha simulada, plano de mídia ou peça publicitária demonstrativa.
- 2.4. A proposta técnica deverá ser avaliada com base nos critérios a seguir, observando-se os quesitos e subquesitos estabelecidos neste edital. A pontuação total máxima será de 100 (cem) pontos, distribuída conforme descrito abaixo.
 - 2.4.1. **PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (40 pontos)**

Avaliar-se-á a coerência, consistência e criatividade do plano de comunicação publicitária apresentado, observando-se a compatibilidade com os objetivos institucionais do Senac e a aderência à legislação vigente.

a) Diagnóstico e Análise Situacional (10 pontos)

- Clareza na identificação dos públicos-alvo e suas características.
- Análise do ambiente institucional e mercadológico.
- Identificação de desafios e oportunidades de comunicação.
- Pertinência das informações utilizadas.

- b) Estratégia de Comunicação (15 pontos)**
 - Formulação de diretrizes estratégicas adequadas aos objetivos do Senac.
 - Coerência entre objetivos, público, mensagem e canais.
 - Criatividade e originalidade na concepção das linhas de comunicação.
 - Adequação ao posicionamento institucional.
- c) Plano de Mídia e Ações Integradas (10 pontos)**
 - Adequação e justificativa técnica dos meios e formatos sugeridos.
 - Integração entre mídias on-line e off-line.
 - Planejamento de ações complementares.
 - Critérios de mensuração de resultados e indicadores.
- d) Viabilidade e Execução (5 pontos)**
 - Clareza na apresentação das etapas, prazos e fluxos operacionais.
 - Compatibilidade entre recursos e capacidade operacional.

2.4.2. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO (25 pontos)

Avaliar-se-á a capacidade técnica e operacional da agência para execução dos serviços de publicidade.

- a) Estrutura Técnica e Operacional (10 pontos)**
 - Existência de infraestrutura física e tecnológica compatível com as demandas do Senac.
 - Utilização de softwares e ferramentas profissionais.
 - Procedimentos internos de controle de qualidade e prazos.
- b) Equipe Profissional (10 pontos)**
 - Qualificação técnica dos profissionais indicados.
 - Clareza na definição de papéis e responsabilidades.
 - Experiência prévia em projetos de comunicação institucional ou educacional.
- c) Procedimentos de Atendimento e Gestão (5 pontos)**
 - Metodologia de atendimento e relacionamento com o cliente.
 - Capacidade de resposta a demandas emergenciais e simultâneas.

2.4.3. REPERTÓRIO (20 pontos)

Avaliar-se-á o repertório de campanhas e trabalhos realizados, considerando a diversidade e os resultados alcançados.

- a) Diversidade e Relevância dos Trabalhos Apresentados (10 pontos)**
 - Variedade de segmentos atendidos.
 - Relevância e complexidade dos trabalhos.
 - Adequação estética, conceitual e estratégica.
- b) Resultados Obtidos e Inovação (10 pontos)**
 - Evidências de resultados efetivos.
 - Aplicação de soluções criativas e tecnológicas.
 - Clareza e objetividade na apresentação dos cases.

2.4.4. RELATOS DE SOLUÇÕES (15 pontos)

Avaliar-se-á a capacidade da agência de solucionar desafios de comunicação, demonstrada por meio de relatos técnicos.

- a) Diagnóstico e Estratégia (5 pontos)**
 - Clareza na identificação do problema e adequação do diagnóstico.
 - Pertinência e originalidade da estratégia de solução.
- b) Execução e Resultados (10 pontos)**
 - Descrição do processo de execução, prazos e recursos.
 - Apresentação de resultados mensuráveis.
 - Consistência entre problema, ação e resultado.

2.5. DISPOSIÇÕES GERAIS

Os quesitos e subquesitos serão avaliados por Comissão Técnica Especial, composta conforme art. 10, §3º da Lei nº 12.232/2010. Cada item receberá nota de 0 (zero) a 10 (dez), ponderada segundo os pesos definidos. A pontuação final corresponderá à média ponderada das notas atribuídas pela Comissão Julgadora.

Distribuição Geral dos Pesos

Quesito	Pontuação Máxima	Percentual
1. Plano de Comunicação Publicitária	40	40%
2. Capacidade de Atendimento	25	25%
3. Repertório	20	20%
4. Relatos de Soluções	15	15%

Total: 100 pontos (100%)

2.5.1. A metodologia de julgamento das propostas técnicas observará o sistema de pontuação que prioriza a qualidade técnica. A licitante vencedora será aquela que obtiver a maior nota final, sendo desclassificadas as propostas que não atingirem a pontuação mínima de 70 (setenta) pontos.

2.5.2. Em caso de empate, prevalecerá a maior nota no Plano de Comunicação; persistindo, a maior nota em Repertório.

3. RESTRIÇÕES LEGAIS E NORMAS ÉTICAS:

3.1. É vedada a inclusão, nas peças publicitárias, de nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos, nos termos do art. 37, §1º, da Constituição Federal.

3.2. A execução dos serviços deverá observar o Código de Ética do CONAR e demais normas legais e regulamentares aplicáveis.

4. OBRIGAÇÕES NA APRESENTAÇÃO TÉCNICA:

4.1. As propostas deverão ser apresentadas em formato presencial, com as sessões públicas registradas em ata e podendo ser gravadas. O Invólucro nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária – Via não identificada) deverá ser entregue aberto, sem identificação externa.

4.2. Recomenda-se que o Plano de Comunicação contenha até 10 páginas, não computados os anexos de mídia, sendo facultada a livre extensão dos demais invólucros, conforme critérios técnicos de cada licitante.

4.3. O modelo de proposta comercial a ser apresentado é o Modelo 06 – Declaração de Ciência da Remuneração.

4.4. A assinatura desta declaração representa a concordância integral com a forma de remuneração e critérios fixados pela Administração, em conformidade com o regime de Melhor Técnica previsto na Lei nº 12.232/2010.

5. FORMA DE JULGAMENTO:

5.1. Os honorários da agência serão pagos por campanha, conforme o porte de investimento em ações de publicidade, conforme preço registrado pelo serviço.

5.2. O critério de julgamento a ser utilizado para a contratação de agências de publicidade será o de Melhor Técnica, conforme o disposto no art. 5º e no art. 15, §1º, da Lei nº 12.232/2010, bem como em consonância com o art. 37 da Lei nº 14.133/2021.

5.3. A escolha do critério de julgamento por Melhor Técnica fundamenta-se na natureza intelectual e criativa do objeto, em que a qualidade técnica das propostas é determinante para o resultado final. O objeto do presente certame possui natureza predominantemente intelectual, estratégica e criativa, sendo que a qualidade técnica das propostas é fator essencial para o atingimento dos objetivos institucionais do Senac-ES e do Sesc-ES.

5.4. Por se tratar de contratação de serviços especializados de publicidade e propaganda, com foco em planejamento estratégico de comunicação, criação de campanhas e compra de mídia, o critério de Melhor

- Técnica mostra-se o mais adequado, nos termos do art. 15, §1º, da Lei nº 12.232/2010, assegurando a seleção da proposta mais qualificada para atender às demandas institucionais de ambas as entidades.
- 5.5. A análise e o julgamento da proposta técnica serão realizados por uma Comissão Técnica composta por, no mínimo, três profissionais de reputação ilibada e conhecimento nas áreas de comunicação, publicidade ou marketing.
 - 5.6. No âmbito do Sistema S, a formação da Comissão Técnica poderá ocorrer com servidores e colaboradores internos, sem necessidade de sorteio público, desde que assegurada a imparcialidade e a qualificação técnica dos integrantes.

SEÇÃO IV **CONDIÇÕES GERAIS**

1. Critérios de Avaliação das Propostas

- 1.1 O julgamento das propostas será realizado pela Comissão Técnica designada, que, após a decisão, comunicará o resultado pela Comissão Permanente de Licitações, por escrito, aos licitantes habilitados no site do Senac (<https://es.senac.br/licitacoes>).
- 1.2 Será considerado vencedor o Licitante que oferecer a melhor proposta que atenda às exigências do presente Edital e que seja de **MELHOR TÉCNICA**;
- 1.3 No caso de empate, após análise de todas as condições do ato convocatório, será efetuado sorteio, em sessão pública, registrada em ata, para a qual todos os licitantes serão convocados;

2. Preços

- 2.1 Os preços deverão ser cotados em Reais (R\$) fixos e irrevogáveis, tomando-se por base as especificações técnicas desta Concorrência;

3. Aceitação

- 3.1 Os serviços deverão atender rigorosamente ao objeto da presente Concorrência;
- 3.2 Todos e quaisquer riscos inerentes ao serviço de que trata o Edital serão de inteira responsabilidade do Contratado;
- 3.3 O serviço descrito deverá ser realizado dentro do prazo estabelecido na proposta.

4. Obrigações do Contratado

- 4.1 Pagar todos os encargos sociais e impostos relativos ao que trata a Concorrência;
- 4.2 Prestação de todos os serviços contratados nas condições constantes da presente Licitação e da proposta da empresa contratada;
- 4.3 Fornecimento de todos os materiais e realização de todos os serviços contratados nas condições constantes da presente Licitação e da proposta da empresa contratada;
- 4.4 Responder por quaisquer prejuízos que seus empregados ou prepostos causarem ao patrimônio da CONTRATANTE ou a terceiros, decorrentes de ação ou omissão culposa ou dolosa, procedendo imediatamente os reparos ou indenizações cabíveis e assumindo o ônus decorrente;
- 4.5 Manter, durante o período de vigência, todas as condições que ensejarem sua habilitação e qualificações exigidas no Edital;
- 4.6 A contratada deverá fornecer todos os recursos materiais, humanos e técnicos necessários para a execução adequada dos serviços contratados, arcando com todos os ônus decorrentes;
- 4.7 A contratada compromete-se a manter sigilo sobre todas as informações, documentos, estratégias e dados obtidos durante a execução do contrato, sejam eles de natureza técnica, comercial ou institucional. A divulgação ou uso não autorizado dessas informações poderá acarretar o cancelamento do contrato, além da aplicação das sanções legais cabíveis.
- 4.8 Manter estrutura operacional e equipe técnica no Estado do Espírito Santo durante toda a vigência contratual, conforme disposto neste edital, garantindo o pronto atendimento presencial e a execução eficiente das ações de comunicação e publicidade.
- 4.9 É vedada a inclusão, nas peças publicitárias, de nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos, nos termos do art. 37, §1º, da Constituição Federal.
- 4.10 A execução dos serviços deverá observar o Código de Ética do CONAR e demais normas legais e regulamentares aplicáveis.
- 4.11 Demais obrigações previstas na minuta de contrato.

5. Obrigações do Contratante

- 5.1 A contratante deverá fornecer a contratada todas as informações e documentos necessários para a correta execução dos serviços contratados, dentro dos prazos estabelecidos no contrato.
- 5.2 A contratante deverá efetuar os pagamentos a contratada nos prazos e condições estabelecidos no contrato, mediante a apresentação da nota fiscal, acompanhada dos documentos comprobatórios da prestação do serviço, de acordo com as normas contidas no edital de licitação e na legislação pertinente.
- 5.3 A contratante compromete-se a facilitar o acesso da contratada às instalações, equipamentos e demais recursos necessários a execução dos serviços, desde que observadas as normas de segurança e as restrições de acesso vigentes.
- 5.4 A contratante deverá designar um representante, devidamente autorizado, para acompanhar e fiscalizar a execução dos serviços contratados, fornecendo a contratada as informações e orientações necessárias para o fiel cumprimento das obrigações assumidas.
- 5.5 A contratante é responsável por comunicar a contratada qualquer alteração que possam afetar a execução do contrato, incluindo mudanças nas especificações dos serviços ou nos prazos de entrega.
- 5.6 A contratante deve agir com ética e integridade em todas as atividades relacionadas a execução, gestão e fiscalização do contrato.

6. Procedimento e Julgamento das Propostas

- 6.1 Abertura, em dia e hora previamente designados, dos envelopes que contenham a proposta e a documentação relativa à habilitação dos licitantes;
- 6.2 Julgamento das propostas classificadas, com a escolha daquela de melhor técnica, segundo os critérios estabelecidos nesta Concorrência;
- 6.3 O relatório final das conclusões da comissão de licitação será encaminhado à autoridade a que competir a homologação ou não do resultado do julgamento;
- 6.4 A licitação será processada em etapas distintas, em dias e horas distintos, sem a inversão de fases no procedimento, conforme previsto na Resolução SENAC n.º 1.270/2024, Resolução SESC n.º 1.593/2024, a saber:

6.4.1 Abertura e análise dos envelopes (Envelopes 1 e 3):

- 6.4.1.1 Encerrado o credenciamento dos representantes legais e a conferência da regularidade dos envelopes de acordo com as disposições contidas em edital, será procedida a **abertura dos envelopes nº 01** (Via não identificada do plano de comunicação publicitária) e **03** (Capacidade de atendimento, repertório e relatos de soluções de problemas de comunicação);
- 6.4.1.2 Os documentos que compõem os ENVELOPES nº 01 e 03 serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e por até 2 (dois) representantes das empresas licitantes presentes à sessão;
- 6.4.1.3 Na sequência, os membros da Comissão Permanente de Licitação e os representantes das empresas licitantes presentes à sessão procederão à rubrica, no fecho, dos ENVELOPES nº 02 (Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitária). Os envelopes serão mantidos fechados e lacrados pela Comissão Permanente de Licitação até a data de sua abertura, em hora e local a serem por ela definidos;
- 6.4.1.4 Ao final da sessão pública será lavrada ata, da qual constará o(s) nome(s) da(s) licitante(s) e seu(s) representante(s) legal(is), bem como todas as ocorrências que interessem aos participantes. Se as licitantes estiverem de acordo com as decisões tomadas pela Comissão Permanente de Licitação, dar-se-á continuidade ao processo conforme previsto em edital, caso haja manifestação contra qualquer decisão na 1ª sessão, abrir-se-á o prazo para interposição de recurso;
- 6.4.1.5 Não havendo interposição de recurso ou tendo sido julgados eventuais recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação enviará à Subcomissão Técnica o envelope nº 01, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária;
- 6.4.1.6 Subcomissão Técnica fará a análise individual e julgamento das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios estabelecidos em Edital. A responsabilidade pela análise e julgamento das PROPOSTAS TÉCNICAS será da Subcomissão Técnica especialmente formada para tal fim, conforme o estabelecido neste Instrumento Convocatório;

- 6.4.1.7 A Comissão Permanente de Licitação primeiramente enviará o envelope nº 01, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária;
 - 6.4.1.8 A Subcomissão Técnica realizará o julgamento do envelope nº 01 em conformidade com os critérios estabelecidos neste edital e seus anexos. Após o julgamento, a Subcomissão encaminhará à Comissão Permanente de Licitação a ata de julgamento das planilhas com as pontuações e justificativas escritas das razões que as fundamentaram, caso a caso;
 - 6.4.1.9 Somente após ter recebido o envelope nº 01, já com os Planos de Comunicação Publicitária julgados pela Subcomissão Técnica, é que a Comissão Permanente de Licitação enviará à citada Subcomissão o envelope nº 03, contendo o Conjunto de Informações do Proponente;
 - 6.4.1.10 A Subcomissão Técnica realizará o julgamento do envelope nº 03 em conformidade com os critérios estabelecidos neste edital e seus anexos. Após o julgamento, a Subcomissão encaminhará à Comissão Permanente de Licitação a ata de julgamento das planilhas com as pontuações e justificativas escritas das razões que as fundamentaram, caso a caso;
 - 6.4.1.11 A Subcomissão Técnica avaliará cada proposta, envelopes nº 01 e 03, no prazo máximo de **15 (quinze) dias úteis**, observando os critérios estabelecidos neste edital, e atribuirá notas em uma escala de 0,0 (zero vírgula zero) pontos até o número máximo de pontos permitidos para cada quesito, justificando seu julgamento;
 - 6.4.1.12 A Comissão Permanente de Licitação poderá adiar ou suspender os procedimentos licitatórios a pedido da Subcomissão Técnica, se assim fizer necessário, dando conhecimento aos interessados sem que caiba qualquer direito aos licitantes;
 - 6.4.1.13 A Comissão Permanente de Licitação poderá adiar ou suspender os procedimentos licitatórios a pedido da Subcomissão Técnica, se assim fizer necessário, dando conhecimento aos interessados sem que caiba qualquer direito aos licitantes;
- 6.4.2 Abertura e análise dos envelopes (Envelope 2):
- 6.4.2.1 Depois de recebidos os resultados do julgamento das Propostas Técnicas pela Subcomissão Técnica, a Comissão Permanente de Licitação convocará às licitantes para participação na **Sessão de abertura do Envelope nº 02, com antecedência mínima de 02 (dois) dias úteis**, em data, hora e local a ser determinado. A convocação ocorrerá através de comunicado publicado no site do SENAC ES.
 - 6.4.2.2 A Comissão Permanente de Licitação abrirá os ENVELOPES Nº 02 e fará o cotejo entre as vias identificadas e não identificadas dos Planos de Comunicação Publicitária, para fins de identificação de seus autores.
 - 6.4.2.3 Em seguida, a Comissão Permanente de Licitação consolidará a planilha geral das pontuações atribuídas ao Plano de Comunicação Publicitária, à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada proponente.
 - 6.4.2.4 As propostas serão, então, classificadas pela Comissão Permanente de Licitação, em ordem decrescente de pontuação, considerando o somatório de pontos atribuídos aos quesitos pela Subcomissão Técnica.
 - 6.4.2.5 Após ordenada as PROPOSTAS TÉCNICAS, será proclamado o resultado do julgamento geral, que será publicado no site do SENAC/ES, com a indicação dos proponentes classificados e desclassificados, abrindo-se o prazo para interposição de recurso.
- 6.4.3 Abertura e análise da documentação de habilitação (Envelope 4):
- 6.4.3.1 Depois de transcorrido o prazo recursal e/ou julgados eventuais recursos, a Comissão Permanente de Licitação comunicará às licitantes classificadas, **com antecedência mínima de 02 (dois) dias úteis, a data, hora e local da sessão pública para entrega e abertura do Envelope nº 04 (DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO)**.
 - 6.4.3.2 Após o encerramento do prazo para entrega dos envelopes nº 04 (DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO), nenhum outro documento será recebido e nem serão permitidos adendos, acréscimos ou esclarecimentos, salvo a critério da Comissão Permanente de Licitação, para instruir eventuais impugnações interpostas na sessão.
 - 6.4.3.3 A Comissão Permanente de Licitação abrirá o ENVELOPE Nº 04 da empresa e examinará a conformidade dos documentos com os critérios estabelecidos neste edital e colocará à disposição dos licitantes presentes para exame.

- 6.4.3.4 Serão inabilitadas as licitantes que não atenderem no todo ou em parte as condições estabelecidas neste edital.
- 6.4.3.5 A Comissão Permanente de Licitação constatado o atendimento das exigências fixadas neste edital, informará e publicará o resultado da fase de habilitação através do site do SENAC/ES, abrindo-se o para interposição de recurso aos interessados.

7. Procedimento e Recursos

- 7.1 Caberá recurso da **decisão e publicação dos resultados de cada etapa do processo** no prazo de **02 (dois) dias úteis**, com efeito suspensivo;
- 7.2 O licitante que se julgar prejudicado pelo resultado da licitação, deverá encaminhar O(s) **recurso(s)** fundamentado(s), assinado(s), por e-mail ou presencialmente na Gerência de Suprimentos do SENAC/ES, dirigidos ao Diretor Regional do SENAC/ES, por intermédio da Comissão de Licitação;
- 7.3 Contrarrazões de recurso, deverão seguir o mesmo prazo de 02 (dois) dias após para a apresentação, após o recebimento do recurso encaminhados pela Comissão de Licitação.
- 7.4 Os recursos que porventura forem formulados, atendendo às condições editalícias, serão julgados e as decisões serão publicadas no site do Senac ES.

8. Contrato

- 8.1 A assinatura do contrato para realização do objeto deste Certame, dar-se-á até 10 (dez) dias após a convocação do licitante vencedor, sob pena de desistência tácita e aplicação das penalidades previstas. O prazo de convocação poderá ser prorrogado 1 (uma) vez, mediante solicitação da parte durante seu transcurso, devidamente justificada, e desde que o motivo apresentado seja aceito pela contratante.
- 8.2 Quando o convocado não assinar o contrato ou instrumento equivalente, no prazo e nas condições estabelecidas, serão convocados os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para formalização da contratação nas condições de suas propostas, limitado ao valor estimado e sua eventual atualização nos termos do edital, ou revogar a licitação.
- 8.2.1 Decorrido o prazo de validade da proposta sem convocação para a contratação, ficarão os proponentes selecionados liberados dos compromissos assumidos.
- 8.3 Constarão no contrato o seu objetivo, com a especificação dos itens e/ou serviços, o preço ajustado, o prazo de entrega, as garantias e penalidades, além de outras condições pré-estabelecidas no edital.
- 8.4 A execução do serviço poderá ser prorrogada através de acordo entre as partes, limitando-se as prorrogações ao prazo máximo de **120 (cento e vinte) meses**. Desde que pesquisa de mercado demonstre que o preço contratado atualizado se mantém vantajoso a cada prorrogação.
- 8.5 Fica desde já convencionado entre as partes que o reajuste dos valores contratados, se dará por meio da eventual atualização dos valores da tabela oficial de custos referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Espírito Santo (SINAPRO/ES).
- 8.6 Os contratos poderão ter seus valores reequilibrados, para mais ou para menos, mediante solicitação fundamentada da parte interessada, demonstrando o fato superveniente, o nexo com o objetivo e a demonstração analítica de quais itens da composição de preços foram impactadas. Em caso de reequilíbrio, o mesmo será através de termos aditivos.
- 8.7 Caso haja necessidade de alteração contratual por acordo entre as partes, a mesma será através de termos aditivos, que deverá ser pleiteado formalmente em até **30 (trinta) dias** corridos antes do vencimento do prazo de entrega do objeto do contrato.
- 8.8 Registros que não caracterizam alteração de contrato podem ser realizados por simples apostila, dispensando a celebração de termo aditivo, conforme determinado nos incisos do Art. 43, da Resolução SENAC n.º 1.270/2024, Resolução SESC n.º 1.593/2024 e subsidiariamente a Lei Federal n.º 12.232/2010.
- 8.9 A recusa injustificada em assinar o contrato dentro do prazo fixado caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida e poderá acarretar ao licitante as seguintes penalidades:
- Perda do direito à contratação;
 - Perda da caução em dinheiro, quando exigido, ou execução das demais garantias de propostas oferecidas, sem prejuízo de outras penalidades previstas neste edital;
 - Suspensão do direito de licitar com o Contratante por prazo não superior a 03 (três) anos;
 - O inadimplemento total ou parcial das obrigações contratuais assumidas dará ao contratante o direito de rescindir unilateralmente o contrato sem prejuízo de outras penalidades previstas, inclusive a de suspensão do direito de licitar com o contratante, por prazo não superior a 03 (três) anos.

9. Esclarecimento de Dúvidas

- 9.1 Os licitantes que tiverem necessidade de **esclarecer dúvidas ou impugnar** o edital desta Licitação deverão entrar em contato até às **17h00min** do dia **01/07/2026** por meio de correspondência dirigida à Comissão de Licitação em papel timbrado da empresa Licitante ou através do e-mail licitacao@es.senac.br;
- 9.2 A Comissão de Licitação não se responsabilizará por e-mails que, por qualquer motivo, não forem recebidos por ele em virtude de problemas no servidor ou navegador, tanto do SENAC ES quanto do emissor;
- 9.3 Os esclarecimentos e respostas serão anexadas na página eletrônica do Senac ES – <https://www.es.senac.br/licitacoes>, juntamente com as informações relativas a este processo.

10. Disposições Finais

- 10.1 A critério do Contratante, esta Licitação, poderá ser anulada ou transferida, ou ainda aumentada, diminuída ou suprimido qualquer item, sem que por este motivo tenham os licitantes direito a qualquer reclamação ou indenização, sendo certo que a Comissão Permanente de Licitação utilizar-se-á da Resolução SENAC n.º 1.270/2024, Resolução SESC n.º 1.593/2024 e subsidiariamente a Lei Federal n.º 12.232/2010.
- 10.2 Ao Contratante reserva-se o direito de cancelar a licitação antes de assinado o contrato, desde que justificado.
- 10.3 A Comissão Permanente de Licitação poderá adiar ou suspender os procedimentos licitatórios, dando conhecimento aos interessados, se assim exigirem as circunstâncias.
- 10.4 As decisões relativas a esta Licitação serão comunicadas através de e-mail e disponibilizadas no site www.es.senac.br. Sendo as licitantes responsáveis pelo seu acompanhamento
- 10.5 A participação na presente Licitação importa na aceitação integral e irretroatável das normas contidas neste EDITAL e seus ANEXOS, bem como a observância do disposto no Regulamento de Licitações e de Contratos do SENAC.
- 10.6 Os licitantes assumem todos os custos de preparação e apresentação de suas propostas e o SENAC/ES não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.
- 10.7 É facultada à Comissão Permanente de Licitação, em qualquer fase da Licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou a completar a instrução do processo, caso em que poderão ser suspensos os procedimentos licitatórios até a realização da diligência, vedada a inclusão posterior de documentos que deveriam ter sido apresentados anteriormente.
- 10.8 Simples omissões ou irregularidades irrelevantes, sanáveis ou desprezíveis, a exclusivo critério da Comissão Permanente de Licitação, e que não causem prejuízo ao SENAC AR/ES, poderão ser relevadas.
- 10.9 O desatendimento de exigências formais não essenciais não importará no afastamento do licitante, desde que seja possível a aferição da sua qualificação e a exata compreensão da sua proposta durante a realização da Sessão Pública.
- 10.10 O Licitante perderá o direito de licitar com a contratante nas seguintes hipóteses:
- 10.10.1 Apresentar declaração ou documento falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação ou execução do contrato;
- 10.10.2 Fraudar a licitação ou praticar ato fraudulento na execução do contrato;
- 10.10.3 Comporta-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;
- 10.10.4 Praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação;
- 10.10.5 As partes declaram conhecer as normas de prevenção à corrupção prevista nas legislações brasileiras vigentes, e seus regulamentos e se comprometem a cumpri-las fielmente, conforme Cláusula constante na Minuta de Contrato;
- 10.11 Na contagem dos prazos estabelecidos, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento, e considerar-se-ão os dias consecutivos, exceto quando for explicitamente disposto em contrário.
- 10.12 Não caberá ao Licitante direito de exigir do Contratante nenhuma multa ou indenização financeira, caso o Contratante decida não o contratar.
- 10.13 Os prazos se iniciam e vencem em dias de funcionamento do contratante.
- 10.14 Não poderá participar da Licitação nenhum dirigente ou empregado desta Instituição.
- 10.15 As normas que disciplinam esta licitação serão sempre interpretadas em favor da ampliação da disputa entre os interessados, sem comprometimento da segurança do futuro contrato.

- 10.16 Os envelopes contendo a documentação de habilitação que não foram abertos neste processo, poderão ser retirados em um prazo máximo de até 30 (trinta) dias após a divulgação do resultado final desta licitação. Findado este prazo, estes serão destruídos.
- 10.17 Os prazos se iniciam e vencem em dias de funcionamento do contratante.
- 10.18 Não poderá participar da Licitação nenhum dirigente ou empregado desta Instituição.
- 10.19 Os **envelopes lacrados e distintos** contendo as propostas dos licitantes poderão ser entregues antecipadamente, até às **09h00min** do dia **09/07/2026**, no Setor de Suprimentos do SENAC - AR/ES, na Av.: Marechal Mascarenhas de Moraes, 2077, Bento Ferreira, Vitória/ES.
- 10.20 A presente Licitação será dirimida com base na Resolução SENAC n.º 1.270/2024, Resolução SESC n.º 1.593/2024 e subsidiariamente a Lei Federal n.º 12.232/2010 e suas atualizações.
- 10.21 Após a fase de habilitação, não caberá desistência das propostas, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão Permanente de Licitação.

Vitória / ES, 18 de maio de 2026.

Comissão Permanente de Licitação - SENAC DR/ES

SEÇÃO V
MINUTA DE CONTRATO

Serão fornecidos somente em arquivo digital, portanto, os licitantes deverão retirá-los no site do SENAC ES. Em caso de dificuldades, procurar a Comissão de Licitação.

ANEXO I - EDITAL BRIEFING – PLANO DE COMUNICAÇÃO

1. APRESENTAÇÃO

Atendendo a uma antiga demanda do setor empresarial, o Governo Federal instituiu, em 10 de janeiro de 1946, os Decretos-Lei nº 8.621 e nº 8.622, que autorizaram a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) a criar e administrar escolas de aprendizagem em todo o território nacional. O objetivo era capacitar jovens aprendizes e profissionais do comércio, promovendo o ensino das rotinas de lojas e escritórios.

Assim, foi criado o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac), que rapidamente se expandiu por todo o país por meio de representações estaduais. No Espírito Santo, o Senac-ES iniciou suas atividades em 1947, período em que o estado ainda integrava o território fluminense.

O Senac Espírito Santo é uma instituição privada, sem fins lucrativos, integrante do Sistema “S”, e está vinculada à Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Espírito Santo (Fecomércio-ES). Sua atuação tem como foco a educação profissional, oferecendo cursos de Formação inicial e continuada, qualificação, técnico de forma híbrido ou presencial, e graduação e pós-graduação EAD.

Reconhecido nacionalmente por sua excelência, o Senac é a maior instituição de ensino profissionalizante do Brasil, presente em todos os estados e com forte atuação junto ao setor de comércio de bens, serviços e turismo. No Espírito Santo, o Senac contribui diretamente para o desenvolvimento econômico e social, formando profissionais qualificados para inserção ou recolocação no mercado de trabalho, estimulando o empreendedorismo, a geração de renda e autonomia financeira.

Com um portfólio diversificado e em constante atualização, o Senac-ES oferece soluções educacionais alinhadas às demandas do mercado e à perspectiva de educação continuada, permitindo ao aluno planejar e construir uma trajetória profissional sólida e de sucesso.

O Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial – Senac Espírito Santo é uma instituição de educação profissional comprometida com o desenvolvimento humano, social e econômico do Estado. Sua missão é educar para o trabalho de forma inovadora e inclusiva, fortalecendo o comércio de bens, serviços e turismo. O presente briefing tem por objetivo orientar a elaboração de um Plano de Comunicação Anual, a ser desenvolvido pela agência de publicidade contratada, com foco na consolidação da marca Senac-ES e no fortalecimento dos três pilares estratégicos que norteiam sua atuação: Inserção, Inclusão e Inovação.

2. DESAFIOS

Da mesma forma que muitos órgãos e instituições de longa história, o SENAC-ES enfrenta desafios importantes relacionados a imagem, comunicação, marketing e inovação. Apesar de sua inquestionável relevância para o desenvolvimento do Espírito Santo e o reconhecimento de seu valor como instituição, o SENAC precisa fortalecer sua marca diante do público-alvo de seus cursos e qualificações, bem como de seus demais stakeholders, preservando seus valores e identidade, mas gerando identificação e alcance de suas mensagens.

Em um contexto de transformações constantes no mundo do trabalho, a educação profissional se apresenta como um caminho estratégico para o desenvolvimento de competências práticas e o ingresso mais ágil no mercado. Com cursos de curta e média duração, custos acessíveis e alto

índice de empregabilidade, essa modalidade de ensino tem potencial para impulsionar trajetórias profissionais e promover autonomia financeira.

No entanto, observa-se um desinteresse crescente por parte dos jovens em buscar qualificação e ingressar no mercado de trabalho formal. Questões como a valorização de resultados imediatos, o aumento das ocupações informais e o apelo das mídias digitais têm influenciado esse comportamento, afastando parte do público das oportunidades de formação estruturada e de carreira.

Nesse cenário, o Senac Espírito Santo enfrenta o desafio de reconectar o jovem com o valor da educação profissional, reforçando sua relevância como instituição que promove não apenas qualificação técnica, mas também, desenvolvimento humano, inclusão social e estímulo ao empreendedorismo.

O Senac precisa adotar estratégias criativas e eficazes de comunicação, capazes de otimizar os recursos disponíveis e fortalecer seu posicionamento institucional e mercadológico, tornando-se cada vez mais próximo, relevante e inspirador para o público jovem e para a sociedade capixaba.

3. CONTEXTO ESTRATÉGICO

Ao longo dos últimos anos, o Senac Espírito Santo vem consolidando seu posicionamento como uma instituição moderna, inclusiva e conectada ao mercado de trabalho. Esse movimento se traduz na Jornada Senac, estruturada nos três pilares estratégicos — os 3I's: Inserir (Emprega Senac), Incluir (Ser Senac) e Inovar (Inspira+ Senac). Esses eixos sintetizam a contribuição da instituição para a formação profissional, a empregabilidade, a equidade social e o fomento à inovação e ao bem-estar.

O Plano de Comunicação deverá traduzir esses conceitos em estratégias, narrativas e ações integradas que fortaleçam a presença institucional do Senac-ES e ampliem sua conexão com a sociedade capixaba, o mercado e os públicos prioritários.

- **Inserção – Emprega Senac**

Programa de empregabilidade com plataforma de vagas, oficinas, conexões com o mercado e apoio à carreira.

- **Inclusão – Ser Senac**

Conjunto de programas sociais voltados a públicos prioritários, com acesso gratuito, assistência estudantil e acolhimento.

- **Inovação – Inspira+**

Programa de inovação que conecta educação, bem-estar e tecnologia, por meio de frentes como o Inspira Tec, Inspira Respira e Inspira Conexão.

Essa estrutura reforça que o Senac/ES não é apenas um local de ensino, mas um ecossistema completo de oportunidades.

4. OBJETIVO

Desenvolver um Plano de Comunicação que consolide o posicionamento institucional do Senac Espírito Santo, promovendo a visibilidade e o engajamento em torno dos 3I's: Inserir (Emprega

Senac), Inclusão (Ser Senac) e Inovação (Inspira+ Senac). O plano deve propor diretrizes estratégicas, recomendações de mídia, ações de comunicação integrada e um roteiro audiovisual que expressem os valores da instituição de forma inspiradora, coerente e consistente. A verba destinada a essa proposta técnica do plano de comunicação terá como saldo disponível até R\$ 1.000.000,00.

5. ENTREGAS ESPERADAS:

A agência contratada deverá apresentar um Plano de Comunicação Anual contendo, no mínimo:

- a) Diagnóstico e análise situacional da marca Senac Espírito Santo e seus públicos.
- b) Estratégia de comunicação integrada e plano de ação com cronograma semestral.
- c) Recomendações de mídia e canais de divulgação (on e offline), com estimativas de alcance e potencial de impacto.
- d) Diretrizes criativas e conceituais que reforcem a Jornada Senac e os 3I's.
- e) Proposta de roteiro audiovisual (manifesto institucional ou vídeo síntese), alinhado ao conceito do plano.
- f) Métricas e critérios de avaliação dos resultados das ações propostas.

6. DIRETRIZES DE CONTEÚDO E TOM DE COMUNICAÇÃO

A comunicação deve refletir o propósito institucional do Senac-ES, evidenciando a educação como agente transformador de vidas. A linguagem deve ser humana, inspiradora e acessível, mantendo a credibilidade e o tom institucional característicos da marca. Deverão ser priorizadas narrativas que expressem os valores de pertencimento, diversidade, empregabilidade, inovação e impacto social.

O plano deverá contemplar diretrizes específicas para comunicação digital, imprensa, campanhas institucionais, materiais promocionais e produções audiovisuais, garantindo coerência visual e narrativa em todos os pontos de contato da marca.

7. PÚBLICOS-ALVO

O plano deverá considerar diferentes segmentos de público, priorizando a adequação de linguagem e canais a cada um deles:

- a) Públicos prioritários: jovens em vulnerabilidade social, mulheres, pessoas negras, LGBTQIA+, pessoas com deficiência, em situação de rua ou privação de liberdade.
- b) Público corporativo: empresas parceiras, potenciais empregadores e apoiadores institucionais.
- c) Público interno: colaboradores, docentes e gestores do Senac Espírito Santo.
- d) Sociedade capixaba em geral, como público formador de opinião e multiplicador de reputação.

8. MENSAGENS-CHAVE

O plano deverá evidenciar mensagens que expressem a identidade e o impacto social do Senac Espírito Santo, tais como:

- O Senac Espírito Santo promove educação profissional de qualidade, com foco na transformação de vidas e no fortalecimento do mercado de trabalho.
- O Emprega Senac representa o compromisso da instituição com a inserção produtiva e o desenvolvimento de carreiras.
- O Ser Senac traduz a vocação social e inclusiva da instituição, assegurando oportunidades e dignidade para todos.
- O Inspira+ Senac expressa a inovação como caminho para o futuro, conectando tecnologia, criatividade e bem-estar.
- O Senac Espírito Santo é um ecossistema de oportunidades, que acolhe, forma e impulsiona pessoas em todas as fases de sua jornada profissional.

9. RECOMENDAÇÕES E ELEMENTOS AUDIOVISUAIS

O plano deverá incluir recomendações de formato e roteiro para produção audiovisual, com uma proposta conceitual alinhada ao posicionamento da marca Senac-ES. A proposta contempla dois vídeos, com durações de 30 segundos e 1 minuto e 30 segundos. A narrativa audiovisual deverá destacar, de forma sintética e inspiradora, a Jornada Senac e os pilares Inserir, Incluir e Inovar. A trilha sonora e a estética visual devem reforçar os sentimentos de pertencimento, transformação e realização

10. PRAZO E ACOMPANHAMENTO

O Plano de Comunicação deverá contemplar um período de execução de 12 meses/anual, podendo ser renovado conforme avaliação de resultados e planejamento institucional. O acompanhamento será realizado pela equipe de Comunicação do Senac Espírito Santo, com reuniões periódicas para alinhamento, avaliação de desempenho e validação de entregas.

11. INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES

Canais de comunicação

Fale conosco – (27) 3325-8311

Site – www.es.senac.br

Facebook - <https://www.facebook.com/senacespiritossanto/>

Instagram Senac-ES - <https://www.instagram.com/senacespiritossanto/>

Instagram hotel - <https://www.instagram.com/hotelsenacilhadoibo/>

Youtube - <https://www.youtube.com/user/senaces>

Flickr - <https://www.flickr.com/photos/senaces/>

Além das canais convencionais de mídia, também temos em todas as unidades quadros de avisos, backlights e, em Serra, Cariacica e Cachoeiro, placas de outdoors disponíveis para comunicação.

MANUAL DA MARCA: [Manual de marca - Senac - 2021.pdf](#)

Missão, visão e valores

Missão

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

Visão

Transformar vidas e fortalecer o setor de comércio de bens, serviços e turismo.

Valores

Ética e Transparência

Inovação

Sustentabilidade

Diversidade

Transformação Social

TEXTO REFERENCIAL:

DIFERENCIAIS

Modelo pedagógico: conhecimento e prática

O modelo pedagógico próprio, que equilibra conhecimento e prática, também é um grande diferencial do Senac-ES. A metodologia permite ao aluno ingressar no mercado de trabalho conhecendo o dia a dia da profissão escolhida.

O método da instituição estimula a autonomia e o protagonismo de cada aluno, que é desafiado a tomar decisões para resolver problemas de empresas reais. O modelo, baseado em competências, colabora para a formação de profissionais com posição reflexiva, visão crítica, potencial criativo e atitude empreendedora.

CURSOS PRESENCIAIS:

- Certificação com reconhecimento em todo território nacional;
- Cursos com alta empregabilidade;
- Encaminhamento para o mercado de trabalho;
- Projetos educacionais sob medida em diversas modalidades e no formato presencial ou a distância;
- Equipe experiente e com sólida formação acadêmica;
- Metodologia participativa baseada em situações reais de trabalho, estudos de caso, pesquisas e solução de problemas;
- Ampla experiência em projetos de inclusão socioprofissional.

CORPORATIVO:

- Quase 80 anos de experiência em educação profissional;
- Mais agilidade na contratação por dispensa de licitação;
- Mais inovação: soluções que conectam diferentes modalidades, metodologias e recursos educacionais.

CURSOS A DISTÂNCIA - TÉCNICOS

- Propostas de aprendizagem que simulam a prática vivencial, por meio da tecnologia;

- Atividades que incentivam a pesquisa dos alunos e visam à autonomia de cada um;
- Ambiente de aprendizagem virtual (AVA) com suporte técnico e segurança das informações;
- Diversos canais de comunicação, como fórum de dúvidas ou mensagens individuais;
- Material didático premiado como um dos melhores do Brasil pela ABED (Associação Brasileira de Educação a Distância), em 2017;
- Materiais didáticos compostos por diferentes recursos tecnológicos: podcasts, vídeos, animações, simuladores, games, objetos de aprendizagem, e-books, entre outros;
- Materiais didáticos de qualidade, sintonizados com as novas tecnologias;
- Flexibilidade de horários: estude onde e quando quiser;
- Eficácia na atualização de conteúdos;
- Otimização de custos (redução de custos do aluno como transporte, alimentação etc.)
- Professores qualificados com vivência de mercado;
- Rápida inserção no mercado de trabalho;
- Mais de 300 polos em todos os estados (só no Espírito Santo, são 11 polos, com 12 opções de cursos);
- Condições especiais de pagamento;
- Certificação reconhecida nacionalmente;
- Instituição consolidada no mercado, com quase 80 anos de atuação;

CURSOS A DISTÂNCIA – GRADUAÇÃO E PÓS-GRADUAÇÃO

- O Senac é nota máxima no MEC;
- O diploma tem a mesma validade do presencial;
- Biblioteca virtual com mais de 13 mil títulos;
- Mais de 300 polos em todos os estados (só no Espírito Santo, são 11 polos, com mais de 60 opções de cursos);
- Qualidade e tradição de quase 80 anos na educação;
- Cursos desenvolvidos em sintonia com as necessidades do mercado de trabalho;
- As avaliações também são a distância;
- Os cursos possuem foco no empreendedorismo e alinham teoria à prática;
- Parcerias nacionais e internacionais;
- Há networking durante o curso (o aluno não fica sozinho no Senac EAD);

ANEXO II - EDITAL MODELO DE CREDENCIAMENTO

(Deverá ser emitido em papel timbrado da empresa)

Ao Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial – SENAC
Departamento Regional do Espírito Santo
Av.: Marechal Mascarenhas de Moraes, 2077, Bento Ferreira, Vitória/ES. CEP: 29.050-625

CONCORRÊNCIA N.º 009/2026 (SENAC ES) N.º 004/2026 (SESC ES)

Prezados Senhores,

Através do presente, credenciamos o(a) Sr.(a) _____, portador(a) da Cédula de Identidade n. _____ SSP/_____, e do CPF nº _____, a participar da licitação instaurada pelo SENAC/ES e SESC/ES, na Concorrência supra-referenciada, na qualidade de **representante legal**, outorgando-lhes poderes para pronunciar-se em nome desta empresa, visando formular propostas e lances verbais, negociar preços, declarar a intenção de interposição de recurso de reconsideração, renunciar ao direito da interposição de recurso e praticar todos os demais atos inerentes ao certame.

(Local), ____ de _____ de 2026.

Carimbo e assinatura do representante legal.

- Deverá ser juntado ao credenciamento, documentos que comprovem que o outorgante tem poderes para assinar como representante da licitante.

ANEXO III - EDITAL DECLARAÇÃO DE ACEITAÇÃO

(Deverá ser emitido em papel timbrado da empresa)

DECLARAÇÃO DE ACEITAÇÃO

Declaramos, em atendimento ao disposto no item 3.10 do Edital de CONCORRÊNCIA N.º 009/2026 (SENAC ES) N.º 004/2026 (SESC ES), que recebemos e examinamos, cuidadosamente, os Documentos da Licitação, e integralmente, compreendemos e aceitamos as condições estabelecidas no mesmo.

Declaramos ainda, pela presente, ter recebido e, cuidadosamente, examinado os documentos do processo, especialmente as especificações, e garantimos que os serviços ofertados atendem plenamente aos requisitos técnicos do Edital, sendo que estamos cientes das eventuais penalidades pelo não cumprimento desta declaração.

(Local), ____ de _____ de 2026.

Carimbo e assinatura do representante legal.