



Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Tocantins

Sede

102 Norte, Av. LO 04, Nº 01
77.006-006 – Palmas – TO
Tel. (0xx63) 3219-3314
Fax (0xx63) 3219-3320
www.to.sebrae.com.br

INSTRUÇÃO NORMATIVA IN 42 00

Serviços de Publicidade do SEBRAE/TO.

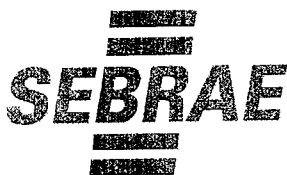
Origem: UMC
Macro Processo: Gestão de Marketing e Comunicação
Processo: Publicidade e Propaganda
Esta Instrução Substitui a: Implantação
Unidade Gestora: Unidade de Marketing e Comunicação
Resolução DIREX Nº: 013/2015
Data de Resolução: 12/08/2015

Em vigor a partir de: 12/08/2015

Páginas
05

SUMÁRIO

1	Objetivo	2
2	Áreas Envolvidas	2
3	Definição.....	2
	3.1 Comunicação Social Publicitária.....	2
	3.2 Serviços Especializados Pertinentemente Complementares aos de comunicação Social Publicitária.....	2
4	Procedimentos.....	2
	4.1 Contratação Dos Serviços De Publicidade.....	2
	4.2 Elaboração de Edital.....	3
	4.3 Procedimentos Licitatórios	3
	4.4 Plano de Comunicação Social Publicitária	4
5	Disposições Finais.....	5
6	Histórico Das Revisões.....	5



Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Tocantins

Sede

102 Norte, Av. LO 04, Nº 01
77.006-006 – Palmas – TO
Tel. (0xx63) 3219-3314
Fax (0xx63) 3219-3320
www.to.sebrae.com.br

INSTRUÇÃO NORMATIVA IN 42 00

Serviços de Publicidade do SEBRAE/TO.

Origem: UMC
Macro Processo: Gestão de Marketing e Comunicação
Processo: Publicidade e Propaganda
Esta Instrução Substitui a: Implantação
Unidade Gestora: Unidade de Marketing e Comunicação
Resolução DIREX Nº 013/2015
Data de Resolução: 12/08/2015

Em vigor a partir de: 12/08/2015

Páginas
05

SUMÁRIO

1	Objetivo	2
2	Áreas Envolvidas	2
3	Definição.....	2
	3.1 Comunicação Social Publicitária.....	2
	3.2 Serviços Especializados Pertinentemente Complementares aos de comunicação Social Publicitária.....	2
4	Procedimentos.....	2
	4.1 Contratação Dos Serviços De Publicidade.....	2
	4.2 Elaboração de Edital.....	3
	4.3 Procedimentos Licitatórios	3
	4.4 Plano de Comunicação Social Publicitária	4
5	Disposições Finais.....	5
6	Histórico Das Revisões.....	5

1. OBJETIVO

Definir a forma de contratação dos serviços de comunicação social publicitária, prestados necessariamente por intermédio de agência de propaganda, no SEBRAE/TO, em razão da ausência de previsão no Regulamento de Licitações e de Contratos do Sistema SEBRAE.

2. ÁREAS ENVOLVIDAS

Todas as Unidades do SEBRAE/TO.

3. DEFINIÇÕES

3.1 Comunicação Social Publicitária

Para os fins desta Instrução Normativa serão adotadas as seguintes definições:

É o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objeto o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna a intermediação, a supervisão da execução externa, a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

3.2 Serviços Especializados e Pertinentemente Complementares aos de comunicação Social Publicitária

3.2.1 Planejamento e execução de pesquisas e instrumento de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação ou sobre os resultados das ações realizadas;

3.2.2 Produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados ou desenvolvidos;

3.2.3 Criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação social publicitária, em consonância, com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias;

3.2.4 Os contratos de serviços de publicidade terão por objeto somente as atividades previstas neste item, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios.

4. PROCEDIMENTOS

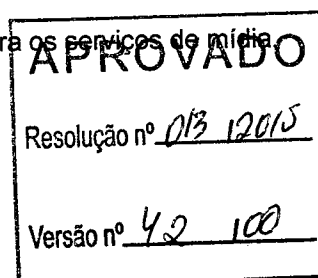
4.1 Contratação dos Serviços de Publicidade.

4.1.1 A contratação dos serviços de publicidade será processada pelo SEBRAE/TO, respeitadas as modalidades definidas no Regulamento de Licitações e Contratos do Sistema SEBRAE, por licitação, adotando-se como obrigatório o tipo "técnica e preço".

4.2 Elaboração do Edital

4.2.1. No momento da criação do edital de licitação para contratação de serviços de comunicação social publicitária, deverá ser estabelecida regra de comprovação de pesquisa de preço, no ramo do fornecimento pretendido, pelo(s) licitante(s) vencedor(es), quando do momento da apresentação da autorização de serviço.

4.2.2. Não se aplica a exigência acima para os serviços de mídia



A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized initial 'Q' followed by a smaller 'A'.

4.3 Procedimentos Licitatórios

4.3.1. Forma de julgamento da licitação A elaboração do instrumento convocatório das licitações previstas nesta IN obedecerá às exigências do RLCSS, com as seguintes exceções:

- a) Os documentos de habilitação serão apresentados apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas;
- b) As informações suficientes para que os interessados elaborem propostas serão estabelecidas em um *briefing*, de forma precisa, clara e objetiva;
- c) A proposta técnica será composta de um plano de comunicação social publicitária, pertinente às informações expressas no *briefing*, e de um conjunto de informações referentes ao proponente;
- d) O plano de comunicação social publicitária será apresentado em duas vias, uma sem a identificação de sua autoria e outra com a identificação;
- e) Os critérios para julgamento dos quesitos selecionados para compor o plano de comunicação publicitária, elencados no item 4.2.1, deverão estar evidenciados no instrumento convocatório da licitação;
- f) A proposta de preço conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado de publicidade;
- g) O julgamento das propostas técnicas e de preços e o julgamento final do certame serão realizados exclusivamente com base nos critérios especificados no instrumento convocatório;
- h) A comissão Especial de Licitação reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório;
- i) Serão fixados critérios objetivos e automáticos de identificação da proposta mais vantajosa para o SEBRAE/TO, no caso de empate na soma de pontos das propostas técnicas;
- j) O formato para apresentação pelos proponentes do plano de comunicação social publicitária será padronizado quanto a seu tamanho, a fontes tipográficas, a espaçamento de parágrafos, a quantidade e formas dos exemplos de peças e a outros aspectos pertinentes;
- k) Deverá ser fixado o número máximo de páginas de texto, o número de peças e trabalhos elaborados para seus clientes e as datas a partir das quais devam ter sido elaborados os trabalhos, veiculadas, distribuídas, exibidas ou expostas as peças;
- l) Será vedada a aposição, a qualquer parte da via não identificada do plano de comunicação, de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente antes da abertura do invólucro de proposta;
- m) O conjunto de informações referentes ao proponente, que representa a outra parte da proposta técnica, será composto de quesitos destinados a avaliar a capacidade de atendimento do proponente e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes;
- n) As propostas de preço serão apresentadas em um invólucro e as propostas técnicas em três invólucros distintos, destinados um para via não identificada do plano de comunicação social publicitária, um para a via identificada do plano de comunicação publicitária e outro para as demais informações integrantes da proposta técnica;
- o) O invólucro destinado à apresentação da via não identificada do plano de comunicação social publicitária será padronizado e fornecido previamente pelo SEBRAE/TO, sem nenhum tipo de identificação;

APROVADO

Resolução nº 013 12015

Versão nº 42 100

a *of*

- p) A via identificada do plano de comunicação social publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à idéia criativa;
- q) As demais regras e procedimentos licitatórios serão definidos no instrumento convocatório e seguirão o previsto no RLCSS.
- r) As licitações previstas nesta Instrução Normativa serão processadas e julgadas por comissão permanente ou especial, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas.
- s) As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação.
- t) Os membros da subcomissão técnica serão nomeados por portaria específica do representante legal do SEBRAE/TO, especialmente constituída para esse fim.
- u) A relação dos nomes referidos nas alíneas **s** e **t** desta subseção serão publicadas na imprensa oficial, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública.
- v) Para os fins do cumprimento do disposto nesta Instrução Normativa, até 48 (quarenta e oito) horas após a publicação da relação dos nomes, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se referem às alíneas **s**, **t** e **u** desta subseção, mediante fundamentos jurídicos plausíveis.
- x) A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, substituindo o nome impugnado, respeitado o disposto nesta subseção.
- z) A sessão pública será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento dos prazos mínimos previstos nas alíneas **u** e **v** desta subseção.

4.4 Plano de Comunicação Social Publicitária

O plano de comunicação social publicitária previsto nesta IN será composto dos seguintes quesitos, de acordo com a natureza do serviço ora em licitação:

- 4.4.1 Raciocínio Básico**, sob a forma de texto, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação social publicitária do SEBRAE/TO, a compreensão do proponente sobre o objeto da licitação e dos desafios de comunicação a serem enfrentados;
- 4.4.2 Estratégia de comunicação social publicitária**, sob a forma de texto, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejada pelo SEBRAE/TO;
- 4.4.3 Ideia criativa**, sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do proponente aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação social publicitária;

4.4.4 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 social publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível indicada no instrumento convocatório, apresentada sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação.

APROVADO

Resolução nº _____

Versão nº _____

5. DISPOSIÇÕES FINAIS

5.1 Na contratação dos serviços, faculta-se a adjudicação do objeto da licitação a mais de um prestador de serviços de comunicação, sem a segregação em itens ou contas, mediante justificativa no processo de licitação.

5.2 É vedada a inclusão, nas pesquisas e avaliações, de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação de comunicação social publicitária.

5.3 A agência contratada nos termos desta IN só poderá atuar junto aos veículos de mídia por conta e por ordem do SEBRAE/TO se tiver sido expressamente autorizada.

5.4 As obras de audiovisual que resultem da fixação de imagens com ou sem som, que tenha a finalidade de criar por meio de sua reprodução, a impressão de movimento, independentemente dos processos de sua captação, do suporte usado inicial ou posteriormente para fixá-lo, bem como os meios utilizados para sua veiculação deverão observar os termos da Lei 9.610 de 19 de fevereiro de 1998, que consolida a legislação sobre direitos autorais.

5.5 A observância da Lei nº. 9.610/98, também deverá ser aplicada às matérias de jornalismo bem como para os casos de obras só de áudio (componentes sonoros de um filme, de uma transmissão de TV, de um vídeo ou CD-ROM) ou só de vídeo (tecnologia de processamento de sinais eletrônicos analógicos ou digitais, para representar imagens em movimento, animações compostas de fotos sequenciais, quadro-a-quadro nos formatos de vídeos digitais - DVD, ATSC, ISDB, MAC, MUSE, NTSC, PAL, PAL plus, PAL M e SECAM) ou outros que os valham.

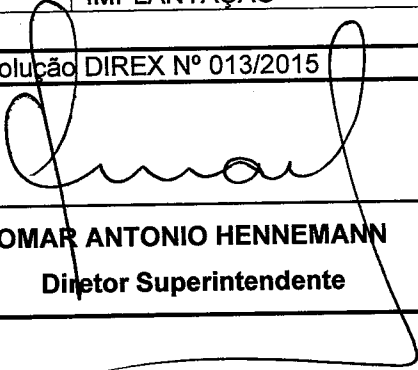
5.6 A adoção de qualquer procedimento diverso ao disposto nesta Instrução Normativa dependerá da deliberação da Diretoria Executiva.

5.7 Os casos omissos deverão ser deliberados pela DIREX.

5.8 Esta Instrução Normativa entra em vigor na data a ser fixada pela Resolução DIREX que a aprovar.

6 HISTÓRICO DAS REVISÕES

DATA	Nº	DESCRIÇÃO / ALTERAÇÃO
12/08/2015	00	IMPLANTAÇÃO

APROVADO - Resolução DIREX Nº 013/2015

OMAR ANTONIO HENNEMANN Diretor Superintendente

APROVADO
Resolução nº <u>013 1 2015</u>
Versão nº <u>42 100</u>