



CONCORRÊNCIA N.º 01/2018

SEBRAE/SE

**CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA PARA PRESTAÇÃO
DE SERVIÇOS ESPECIALIZADOS DE PUBLICIDADE**

**ARACAJU/SE
DEZEMBRO/2018**



1. DISPOSIÇÕES INICIAIS

1.1. O Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Sergipe - SEBRAE/SE, entidade associativa de direito privado, sem fins lucrativos, instituída sob a forma de serviço social autônomo, inscrito no CNPJ/MF sob o nº 13.115.183/0001-32, com sede na Av. Tancredo Neves, n.º 5.500, Bairro América, Aracaju/SE, por meio de sua Comissão Permanente de Licitação - CPL, designada pela Portaria n.º 19/2018, datada de 26/02/2018, torna público aos interessados, que realizará o presente processo licitatório, na modalidade **CONCORRÊNCIA**, do tipo **TÉCNICA E PREÇO**, registrada sob o n.º 01/2018.

1.2. A presente Concorrência será realizada tendo como fundamento jurídico o Regulamento de Licitações e de Contratos do Sistema Sebrae, aprovado pela Resolução CDN n.º 213/2011, de 18/05/2011, publicada no D.O.U de nº 100, de 26/05/2011; a Lei Complementar n.º 123/2006, publicada no DOU de 15/12/2006 e suas alterações; com base na Decisão n.º 907/97, de 11 de dezembro de 1997 do Tribunal de Contas da União; a Instrução Normativa do SEBRAE nº 48, datada de 13/12/2011; a Resolução CDN nº 166, datada de 25 de fevereiro de 2008; a Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, que dispõe sobre o exercício da profissão de publicitário e de agenciador de propaganda; o Decreto nº 57.690, de 1º de fevereiro de 1966, que aprova o regulamento para a execução da Lei 4.680; o Decreto nº 4.563, de 31/12/2002, que altera o Regulamento aprovado pelo Decreto 57.690 para execução da Lei nº 4.680, e de acordo com o disposto no presente Edital e respectivos anexos, que dele passam a fazer parte integrante, para todos os efeitos.

2. RECEBIMENTO E ABERTURA DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS

2.1. Os invólucros contendo as **Credenciais**, as **Propostas Técnicas** e as **de Preços** serão recebidos como segue:

• **DATA:** 22 de janeiro de 2019.

• **HORÁRIO:** 10h00 (dez horas).

• **LOCAL:** sala da Unidade de Assessoria Jurídica/Licitações do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Sergipe - SEBRAE/SE, situada na Av. Tancredo Neves, n.º 5.500, Bairro América, Aracaju/SE, Tel: (79) 2106-7718

2.2. Os **Documentos de Habilitação** serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados em sessão pública pela Comissão Permanente de Licitação.

2.3. Não serão recebidos invólucros com Propostas e com Documentos de Habilitação enviados pelos CORREIOS, ou por meio de empresa especializada em entregas.

2.4. Os horários mencionados neste Edital referem-se ao horário local.

2.5. As informações, bem como os resultados dos julgamentos das etapas desta licitação serão divulgados no portal do SEBRAE/SE, no endereço www.se.sebrae.com.br no link Licitações do SEBRAE/SE.



3. OBJETO

3.1. A presente Concorrência destina-se à obtenção de propostas para a contratação de agência para a prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente, 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, a compra de mídia e a distribuição de publicidade, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas e de informar ao público, sobre produtos, serviços e ações em geral do SEBRAE/SE, em conformidade com o disposto no Anexo II deste Edital - Termo de Referência da Unidade de Marketing e Comunicação e seus anexos.

3.2. Para a prestação dos serviços será contratada 1 (uma) agência de publicidade, doravante denominada **agência, licitante ou contratada**, cujo valor anual estimado do contrato será de R\$ 900.000,00 (novecentos mil reais).

3.2.1. A agência atuará por ordem e conta do **SEBRAE/SE**, nos termos do Regulamento de Licitações e de Contratos do Sistema SEBRAE, aprovado através da Resolução nº 213 de 18 de maio de 2011 publicado no D.O.U. nº 100 de 26/05/11, Resoluções do CDN nº 166/2008, e artigos 42 a 45 da Lei Complementar 123/2006.

3.2.2. A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no item 3.

4. RETIRADA DO EDITAL

4.1. O arquivo deste Edital poderá ser obtido na sede do **SEBRAE/SE**, situada à Avenida Tancredo Neves, nº 5.500, Bairro América, Aracaju/SE, de segunda a sexta-feira, das 8h00 às 12h00 ou, das 14h00 às 18h00, ou pelo endereço eletrônico www.se.sebrae.com.br.

4.1.1. Os interessados que adquirirem o Edital por meio da internet obrigam-se a acompanhar no endereço eletrônico www.se.sebrae.com.br a eventual publicação de informações sobre esta Concorrência, bem como a comparecer na sede da **SEBRAE/SE** para retirada do envelope padronizado para acondicionamento dos documentos que comporão o invólucro nº 1, conforme item **9.1.1.1.1**.

5. INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL

5.1. Esclarecimentos sobre esta Concorrência serão prestados pela Comissão Permanente de Licitação, desde que os pedidos sejam recebidos até 5 (cinco) dias úteis antes da data de apresentação das Propostas, apenas mediante solicitação por escrito, em uma das seguintes formas:

a) por carta ou ofício protocolizado na sede do **SEBRAE/SE**, situada à Avenida Tancredo Neves, nº 5.500, Bairro América, Aracaju/SE, **no Setor de Licitações**, de segunda a sexta- feira, das 8h00 às 12h00, ou das 14h00 às 18h00.

b) pelo endereço eletrônico: licitacao@se.sebrae.com.br



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

5.2. Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos pela Comissão Permanente de Licitação mediante divulgação na internet, no endereço eletrônico: www.se.sebrae.com.br, sem informar a identidade da licitante consultante e de seu representante.

5.3. Às licitantes cabe acessar assiduamente o referido endereço para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e se manterem atualizadas sobre esclarecimentos referentes a este Edital.

6. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

6.1. Qualquer pedido de impugnação deverá ser protocolizado até 2 (dois) dias úteis antes da data do recebimento das Propostas Técnica e de Preços, na sede da instituição, situada à Avenida Tancredo Neves, nº 5.500, Bairro América, Aracaju/SE, de segunda a sexta-feira, das 8h00 às 12h00, ou das 14h00 às 18h00.

6.2. Decairá do direito de impugnar os termos do presente Edital, a licitante que não o fizer até 2 (dois) dias úteis antes da data do recebimento das Propostas Técnica e de Preços, mediante solicitação por escrito e protocolizada no endereço e nos horários mencionados no subitem precedente.

6.2.1. Considera-se licitante para efeito do subitem precedente a empresa que tenha retirado o presente Edital na forma prevista no Aviso de Licitação ou neste Edital (subitem 9.1.1.1).

6.3. A impugnação feita tempestivamente pela licitante não a impedirá de participar do processo licitatório até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.

7. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

7.1. Poderá participar desta Concorrência a agência que atender às condições deste Edital e apresentar os documentos nele exigidos.

7.2. Não poderá participar desta Concorrência a agência:

- a)** que esteja suspensa de licitar ou impedida de contratar com o Sistema SEBRAE;
- b)** cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;
- c)** que, entre seus dirigentes, responsáveis técnicos ou legais, entre suas equipes técnicas figure quem seja ocupante de cargo ou emprego no **SEBRAE/SE**;
- d)** estrangeira que não funcione no País;
- e)** que estiver reunida em consórcio.



7.3. Nenhuma licitante poderá participar desta Concorrência com mais de uma Proposta.

7.4. A participação na presente Concorrência implica, tacitamente, para a licitante:

a) a confirmação de que recebeu da Comissão Permanente de Licitação o invólucro padronizado previsto no subitem **9.1.1.1** deste Edital e as informações necessárias ao cumprimento desta Concorrência;

b) a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus anexos;

c) a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

7.5. A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas e Documentos de Habilitação exigidos nesta Concorrência, ressalvado que o **SEBRAE/SE** não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

8.1. Para o credenciamento deverão ser apresentados os seguintes documentos fora dos envelopes:

a) Tratando-se de representante legal - cópia simples do estatuto social, contrato social ou outro instrumento de registro comercial, registrado na Junta Comercial, no qual estejam expressos seus poderes para exercer direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura;

b) Tratando-se de procurador, cópia simples do estatuto social, contrato social ou outro instrumento de registro comercial, registrado na Junta Comercial e **instrumento de procuração pública ou particular**, esta com reconhecimento de firma em cartório, do qual constem poderes específicos para negociar preço, interpor recursos e desistir de sua interposição, bem como praticar todos os demais atos pertinentes ao certame,

c) O representante legal e o procurador deverão identificar-se **entregando**, em cópia simples documento oficial de identificação que contenha foto.

d) Cada licitante **credenciará apenas um representante por sessão** que será o único admitido a intervir no procedimento licitatório e a responder, por todos os atos e efeitos previstos neste edital, em nome da representada.

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

f) A não apresentação da documentação acima evidenciada na fase de credenciamento implicará na impossibilidade da licitante participar da fase de lances, ficando adstrita a sua proposta escrita.



- g)** Fica assegurado aos licitantes, a qualquer tempo, mediante juntada dos documentos previstos neste item, a indicação ou substituição do seu representante junto ao processo.
- h)** A não apresentação da Declaração de Porte impedirá a licitante micro e de pequeno porte de beneficiar-se das regras do empate ficto e das demais previsões legais e editalícias destinadas a esse segmento.

9. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

9.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

INVÓLUCRO Nº 1

9.1.1. No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**, de que tratam os subitens **11.2** e **11.3**.

9.1.1.1. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pelo **SEBRAE/SE**.

9.1.1.1.1. O invólucro padronizado deverá ser retirado pela interessada na sede da instituição, situada à Avenida Tancredo Neves, nº. 5.500, Bairro América, Aracaju/SE, de segunda a sexta-feira, das 8h00 às 12h00, ou das 14h00 às 18h00.

9.1.1.1.2. O invólucro padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente, via carta, e o retire no Setor de Licitações - UASJUR do SEBRAE/SE.

9.1.1.2. Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

9.1.1.3. Para preservar – até a abertura do Invólucro nº 2 – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o Invólucro nº 1 **não poderá**:

a) ter nenhuma identificação;

b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;

c) estar danificado ou deformado pelas peças, material e/ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

9.1.1.4. Até o encerramento do recebimento das propostas, a Comissão Permanente de Licitação poderá fornecer novo envelope à licitante que tenha o envelope nº 1 danificado ou com alguma marca, para que ele possa substituí-lo antes da entrega, preservando assim o sigilo da autoria do seu conteúdo.

INVÓLUCRO Nº 2

9.1.2. No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**, de que trata o subitem **11.4**, sem os exemplos de peças da Ideia Criativa, de que trata o subitem **11.3.3.2**.



9.1.2.1. O Invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO Nº 2 - PROPOSTA TÉCNICA
Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada
Nome empresarial:
CNPJ/MF:
Concorrência nº 01/2018 - SEBRAE/SE

9.1.2.2. O Invólucro nº 2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

INVÓLUCRO Nº 3

9.1.3. No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a **Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**, de que tratam os subitens **11.5 a 11.10**.

9.1.3.1. O Invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO Nº 3 - PROPOSTA TÉCNICA
Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação
Nome empresarial:
CNPJ/MF:
Concorrência nº 01/2018 - SEBRAE/SE

9.1.3.2. O Invólucro nº 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

9.1.3.3. O Invólucro nº 3 **não** poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

10. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

10.1. A Proposta de Preços deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação acondicionada no Invólucro nº 4.

INVÓLUCRO Nº 4

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



INVÓLCRO Nº 4 - PROPOSTA DE PREÇOS

Nome empresarial:

CNPJ/MF:

Concorrência nº 01/2018 - SEBRAE/SE

10.1.2. O Invólucro nº 4 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

11. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

11.1. A licitante deverá apresentar sua **PROPOSTA TÉCNICA** estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir.

Quesitos	Subquesitos
Plano de Comunicação Publicitária	Raciocínio Básico
	Estratégia de Comunicação Publicitária
	Ideia Criativa
	Estratégia de Mídia e Não Mídia
Conjunto de Informações Técnicas	Capacidade de Atendimento
	Repertório
	Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

11.1.1. A PROPOSTA TÉCNICA será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA NÃO IDENTIFICADA

11.2. O Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada deverá ser apresentado da seguinte forma:

- a)** em papel A4, branco, sem brilho, com 75 gr/m², orientação retrato;
- b)** espaçamento de 2 cm nas margens direita, superior e inferior, e de 3 cm na margem esquerda, a partir da borda;
- c)** texto em fonte 'Arial', tamanho '12 pontos', estilo 'normal', cor 'preta' (automático);
- d)** títulos, subtítulos e entretítulos em letras maiúsculas, em fonte 'Arial', tamanho '12 pontos', estilo 'normal', cor 'preta' (automático);
- e)** texto com espaçamento 'simples' entre as linhas, e 'duplo' após títulos, subtítulos e entretítulos;
- f)** sem recuos nos textos, títulos, subtítulos e entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes;
- g)** alinhamento justificado do texto;



- h)** com numeração sequencial em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página, em fonte 'Arial', cor preta (automático), tamanho '12 pontos';
- i)** capa e contracapa em papel A4, sem brilho, com 75/m², ambas em branco;
- j)** em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda, sem a inclusão das peças integrantes do subquesito Ideia Criativa, que deverão ser apresentadas sob a forma do subitem 11.2.4.
- k)** sem identificação da licitante.

11.2.1. As especificações do subitem 11.2 não se aplicam às peças e material de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.3 e à indicação prevista no subitem 11.3.3.5.

11.2.2. Os subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão ter gráfico e/ou tabela, observadas as seguintes condições:

- a) gráficos ou tabelas deverão ser apresentados sem a utilização de cores e retículas;
- b) títulos, entretítulos, dados e todas as informações constantes dos gráficos e/ou tabelas deverão ser editados em letras maiúsculas, na fonte 'Arial', estilo 'normal', cor preta (automático), tamanho '12 pontos'.

11.2.3. Nos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia não é permitida a inclusão de fotos, gravuras e figuras.

11.2.4. Os exemplos de peças integrantes do subquesito Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 11.2.

11.2.4.1. Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 9.1.1.3 e 19.2.1 e no subitem 19.2.1.1, todos deste Edital.

11.2.4.2. O subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídia está submetido aos critérios do subitem 11.2 no que diz respeito à produção de textos. Com relação às tabelas, gráficos e planilhas:

- a) não poderão ser apresentados em cores;
- b) poderão ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados pelos programas que geram estas tabelas, gráficos e planilhas;
- c) terão que obedecer a formatação de margem disposta no item 11.2, alínea b;
- d) ser apresentados em papel A4 ou A3 dobrado;
- e) quando impressos na orientação paisagem, tanto para o formato A4 ou A3 dobrado, deverão ter sua numeração no final da página e à direita, obedecendo a orientação do papel;



f) as planilhas emitidas para simulação do plano de mídia não poderão apresentar o número automático da PI/AP, quando gerados por processadores eletrônicos de documentos.

11.2.5 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro nº 2, sob pena de desclassificação.

11.2.6 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da Ideia Criativa, incluindo a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 estão limitados, no conjunto, a **8 (oito) páginas**.

11.2.7 Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe à licitante atentar permanentemente para o disposto na alínea 'c' do subitem 9.1.1.3, no subitem 11.2.4.1, no subitem 11.2.4.2, na alínea 'c' do subitem 19.2.1 e no subitem 19.2.1.1, todos deste Edital.

11.2.8 Para fins desta Concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e/ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagem publicitária.

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

11.3 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, deverá ser elaborado com base no Briefing (Anexo I), observadas as seguintes disposições:

11.3.1 Raciocínio Básico: apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do **SEBRAE/SE**, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o problema específico de comunicação a ser enfrentado;

11.3.2 Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o problema específico de comunicação a ser enfrentado e alcançar os resultados e metas de comunicação desejados pelo **SEBRAE/SE**, 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, permanentemente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

11.3.3 Ideia Criativa: apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

a) apresentar relação de todas as peças que julgar necessárias para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no subitem 11.3.2, com comentários sucintos e objetivos sobre cada peça e ou material.



b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças que julgar mais indicadas para corporificar objetivamente sua proposta de solução do problema específico de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

11.3.3.1 Os comentários mencionados na alínea ‘a’ do subitem 11.3.3 estão circunscritos à especificação de cada peça e/ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e ou material.

11.3.3.2 Os exemplos de peças de que trata a alínea ‘b’ do subitem 11.3.3:

a) estão **limitadas a 07 (sete)**, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça;

b) podem ser apresentadas sob a forma de:

b1) roteiro, layout e ou *storyboard* impressos;

b2) protótipo ou ‘monstro’, para rádio e internet;

b3) *storyboard* para TV e cinema;

c) só serão aceitas peças finalizadas em caso de Não Mídia;

d) apresentadas como parte de um kit serão computados individualmente;

11.3.3.3 Reduções e variações de formato serão consideradas como peças.

11.3.3.4 Cada peça deverá ser identificada, na margem superior esquerda, em letras maiúsculas, em fonte ‘Arial’, cor ‘automático’, tamanho ‘12 pontos’ (exemplos: CARTAZ, FILME, SPOT, ANÚNCIO, ‘MONSTRO’ INTERNET, etc.).

11.3.3.5 Os protótipos ou ‘monstros’ de peças eletrônicas (Spot, VT, Filme) poderão ser apresentados em CD, CDRom, DVD-Rom, executáveis em computadores pessoais, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

11.3.3.5.1 Os CD, CDRom e DVD-Rom gravados com os protótipos ou ‘monstros’ deverão ser etiquetados com etiquetas brancas (código A4CD1), ou similar, e conter a indicação de que se refere o subitem 11.3.3.4.

11.3.3.5.2 Os CD, CDRom e DVD-Rom deverão ser acondicionadas em envelopes de cor branca, sem identificação, colados em papel A4.

11.3.3.5.3 Os protótipos ou ‘monstros’ de peças para a internet poderão ser produzidos em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, html, mpeg.

11.3.3.6 As peças gráficas deverão ser impressas em papel A4 ou A3 (dobrado) com até 120gr/m², ambas em branco, em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, observado o disposto no subitem 11.2.4.1.



11.3.3.7 Um hotsite e todas as suas páginas serão considerados uma peça;

11.3.3.7.1 Um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados uma peça;

11.3.3.7.2 Um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados uma peça;

11.3.3.7.3 Um hotsite cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao hotsite, será considerado uma peça.

11.3.3.7.4 Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere o subitem 11.3.3.7, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

11.3.3.7.5 Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 11.3.3.2,a), sua pontuação, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 12.2.1.3.

11.3.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de:

a) apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;

b) simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças destinadas a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

11.3.4.1 Todas as peças que integrarem a relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 11.3.3 deverão constar dessa simulação.

11.3.4.2 Dessa simulação deverá constar, obrigatoriamente, resumo geral com informações sobre:

a) o período de distribuição das peças;

b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;

d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;

e) as quantidades a serem produzidas de cada peça de não mídia;



f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça de não mídia;

g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça de não mídia.

11.3.4.3 Nessa simulação:

a) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, sem desconto, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação, sob pena de desclassificação.

b) deve ser desconsiderado o repasse do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965, sob pena de desclassificação.

c) devem ser desconsiderados os custos internos de criação e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores, sob pena de desclassificação.

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA

11.4 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com a identificação da licitante, impresso em papel timbrado, e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação legal da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

11.5 A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em folhas numeradas sequencialmente, rubricadas e assinadas na última pelo representante legal.

11.5.1 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 11.5 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.5.2 A Capacidade de Atendimento está limitada a **15 (quinze) páginas**.

11.6 A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante apresentará:

a) relação nominal dos seus principais clientes, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

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



c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;

d) a 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;

e) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

REPERTÓRIO

11.7 A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em folhas numeradas sequencialmente, rubricadas e assinadas na última pelo representante legal.

11.7.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 11.7 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

11.7.2 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.8 O Repertório será constituído de peças concebidas e veiculadas, expostos ou distribuídos pela licitante.

11.8.1 A licitante deverá apresentar **05 (cinco) peças**, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

11.8.1.1 As peças devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídos a partir de 01/01/2015.

11.8.1.2 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD.

11.8.1.3 As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças.

11.8.1.4 Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 11.8.1, sua pontuação, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista na alínea 'c' do subitem 12.3.1.

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



RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

11.9 A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em folhas numeradas sequencialmente, rubricadas e assinadas na última pelo representante legal.

11.9.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 11.9 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

11.9.2 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.10 A licitante deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação, planejadas por ela e implementadas por seus clientes, e que apresentem resultados mensuráveis, por meio da discriminação de números, estatísticas ou pesquisas.

11.10.1 Se a licitante apresentar relatos em quantidade inferior à estabelecida no subitem 11.10, ou se um dos relatos não atender aos critérios deste edital, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de relatos apresentados. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima.

11.10.2 Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes, que não deverão ter nenhum vínculo profissional com a agência.

11.10.2.1 A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, rubricado e assinado na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário à época.

11.10.3 É permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas:

a) - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD;

b) - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente;

11.10.4. As propostas de que trata o subitem 11.10 devem ter sido implementadas a partir de 1º de janeiro de 2015.

12. JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

12.1. A Subcomissão Técnica prevista no subitem 18.2 deste Edital analisará a PROPOSTA TÉCNICA das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.



12.2. Serão levados em consideração pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta, em cada quesito e subquesito e a respectiva pontuação:

QUESITOS	SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA
Plano de Comunicação Publicitária 45 (quarenta e cinco pontos)	Raciocínio Básico	5 pontos
	Estratégia de Comunicação Publicitária	15 pontos
	Ideia Criativa	15 pontos
	Estratégia de Mídia e Não Mídia	10 pontos
TOTAL		45 pontos
Conjunto de Informações Técnicas 15 (quinze pontos)	Capacidade de Atendimento	5 pontos
	Repertório	5 pontos
	Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	5 pontos
	TOTAL	
PONTUAÇÃO MÁXIMA DA PROPOSTA TÉCNICA		60 PONTOS

12.2.1 PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - 45 (QUARENTA E CINCO) PONTOS:

12.2.1.1 RACIOCÍNIO BÁSICO - A ACUIDADE DE COMPREENSÃO – 5 (CINCO) PONTOS

- a) das funções e do papel do anunciante nos contextos social, político e econômico: **(01) um ponto**;
- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do anunciante com seus públicos: **(01) um ponto**;
- c) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação: **(01) um ponto**;
- d) dos desafios ou dos problemas de comunicação a serem enfrentados pelo anunciante: **(01) um ponto**;
- e) das necessidades de comunicação do anunciante para enfrentar esses desafios ou problemas: **(01) um ponto**.

12.2.1.2 ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – 15 (QUINZE) PONTOS

- a) a adequação da estratégia de comunicação, do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do anunciante e a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação: **03 (três) pontos**;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação, do partido temático e do conceito propostos: **03 (três) pontos**;
- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do anunciante com seus públicos: **03 (três) pontos**;



d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação do anunciante: **03 (três) pontos**;

e) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o anunciante, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os resultados e metas por ele desejados em referência à verba disponível: **03 (três) pontos**;

12.2.1.3 IDEIA CRIATIVA – 15 (QUINZE) PONTOS

a) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária e aos desafios ou problemas, gerais e ou específicos, de comunicação do anunciante: **03 (três) pontos**;

b) sua adequação ao universo cultural do público-alvo e a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: **03 (três) pontos**;

c) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta e os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: **03 (três) pontos**;

d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem: **02 (dois) pontos**;

e) sua pertinência às atividades do anunciante e à sua inserção nos contextos social, político e econômico: **02 (dois) pontos**;

f) a exequibilidade das peças e ou do material: **02 (dois) pontos**;

12.2.1.4 ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA – 10 (DEZ) PONTOS

a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: **02 (dois) pontos**;

b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: **02 (dois) pontos**;

c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material e a economicidade da aplicação da verba de mídia, em relação às duas alíneas anteriores: **02 (dois) pontos**;

d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do anunciante: **02 (dois) pontos**;

e) a otimização da mídia alternativa e digital: **02 (dois) pontos**.

12.2.2 CONJUNTO DE INFORMAÇÕES TÉCNICAS - 15 (QUINZE PONTOS)

12.2.2.1 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO – 5 (CINCO) PONTOS

a) o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado: **01 (um) ponto**;



- b) a experiência e a adequação das qualificações dos profissionais da licitante em atividades publicitárias: **01 (um) ponto**;
- c) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato: **01 (um) ponto**;
- d) a operacionalidade do relacionamento entre o anunciante e a licitante, esquematizado na proposta: **01 (um) ponto**;
- e) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do anunciante, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato: **01 (um) ponto**;

12.2.2.2 REPERTÓRIO – 5 (CINCO) PONTOS

- a) a ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver: **02 (dois) pontos**;
- b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material: **02 (dois) pontos**;
- c) a clareza da exposição das informações prestadas: **01 (um) ponto**;

12.2.2.3 RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO – 5 (CINCO) PONTOS

- a) a evidência de planejamento publicitário: **02 (dois) pontos**;
- b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução: **01 (um) ponto**;
- c) a relevância dos resultados apresentados: **02 (dois) pontos**;

12.3 A nota da Proposta Técnica será apurada segundo a metodologia a seguir.

12.3.1 A Subcomissão Técnica receberá para a avaliação, inicialmente, o Plano de Comunicação e após a análise de todos os membros, encaminhará o relatório de julgamento para a Comissão Permanente de Licitação.

12.3.2 Somente após o recebimento do relatório de julgamento referente aos Planos de Comunicação (Invólucros nº 1) é que a Comissão Permanente de Licitação encaminhará os Invólucros nº 3 - Proposta Técnica (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) para a Subcomissão Técnica avaliá-los.

12.3.3 Aos quesitos e subquesitos serão atribuídos, no máximo, os pontos estabelecidos nos subitens anteriores, calculados com até 2 (duas) casas decimais, sem arredondamento.

12.3.4 A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos obtidos de cada membro da Subcomissão Técnica.



12.3.5 A nota de cada Proposta Técnica (Plano de Comunicação Publicitária + Conjunto de Informações Técnicas) corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos pelos quesitos.

12.4 Será desclassificada a Proposta que:

- a) não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- b) **não alcançar 30 (trinta) pontos;**
- c) **obtiver nota 0 (zero)** em qualquer um dos quesitos e subquesitos a que se referem os itens e/ou subitens 12.2.1.1, 12.2.1.2, 12.2.1.3, 12.2.1.4, 12.2.2.1, 12.2.2.2, 12.2.2.3.

12.5. Se houver empate que impossibilite a identificação automática da ordem de classificação das licitantes nesta fase, serão, assim, consideradas melhor classificadas as que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens 12.2.1.2, 12.2.1.3 e 12.2.2.1.

12.6. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público marcado pela Comissão Permanente de Licitação, cuja data será divulgada na forma do item 21 deste Edital e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

13. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

13.1 A Proposta de Preços da licitante deverá ser:

- a) apresentada em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em Língua Portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;
- b) datada e assinada nos documentos referidos nos subitens 13.2 e 13.3, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado;
- c) elaborada em dois documentos distintos, descritos nos subitens 13.2 e 13.3.

13.2 A licitante deverá apresentar Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, a ser elaborada apenas com as informações constantes do Anexo IV.

13.3 A licitante deverá elaborar Declaração na qual:

13.3.1 comprometer-se-á a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação, quando for o caso, transferindo ao **SEBRAE/SE** as vantagens obtidas.

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



14. DA VALORAÇÃO E DO JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

14.1. A Proposta de Preços da licitante classificada no julgamento das Propostas Técnicas será analisada quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

14.2. Os quesitos a serem valorados são os integrantes do modelo de Proposta de Preços Sujeitos a Valoração (Anexo IV).

14.3. A classificação das propostas de preço será feita mediante a atribuição de notas para cada um dos quesitos a serem valorados, conforme a seguinte tabela:

	DESCONTOS E HONORÁRIOS	CÁLCULO DA PONTUAÇÃO	PONTUAÇÃO
QUESITOS AVAIIADOS	a) Percentual de <u>desconto sobre os custos internos</u> , baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Goiás (<i>Desconto superior a 0% e igual ou menor do que 80%</i>).	$N = 0,25 \times \text{Desconto concedido pela licitante}$	20 (vinte) Pontos
	b) Percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, cuja utilização pelo SEBRAE/SE <u>proporcione à agência desconto-padrão concedido por veículos de divulgação</u> (<i>Honorários iguais ou superiores a 5% e menores do que 10%</i>).	$N = 2,0 \times (10 - \text{Honorários cobrados})$	10 (dez) Pontos
	c) Percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, cuja utilização pelo Sebrae em Rondônia <u>não proporcione à agência desconto-padrão concedido por veículos de divulgação</u> (<i>Honorários iguais ou superiores a 10% e menores do que 15%</i>).	$N = 2,0 \times (15 - \text{Honorários cobrados})$	10 (dez) Pontos
PONTUAÇÃO MÁXIMA DA PROPOSTA DE PREÇOS			40 (quarenta) PONTOS

14.4. Com relação aos itens “a”, “b”, “c” da tabela de pontuação da Proposta de Preços, a agência participante do certame deverá apresentar em sua proposta informações que evidenciem:

14.4.1 Quesito “a”: Se a agência licitante pretende conceder descontos ao **SEBRAE/SE** sobre os seus custos internos, com base na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de Sergipe, *superior a 0% e igual ou menor do que 80%*, **qual será o percentual de desconto a ser concedido ao Anunciante?**

14.4.2 Quesito “b”: Em relação à incidência de honorários sobre custos de serviços de terceiros, cuja utilização proporcione à agência desconto-padrão concedido por veículos de divulgação, *iguais ou superiores a 5% e menores do que 10%*, **quanto a agência pretende cobrar do SEBRAE/SE?**

14.4.3. Quesito “c”: Em relação à incidência de honorários sobre custos de serviços de terceiros, cuja utilização não proporcione à agência desconto-padrão concedido por veículos de divulgação, *iguais ou*



superiores a 10% e menores do que 15%, quanto a agência pretende cobrar do SEBRAE/SE?

14.5. Para efeito de cálculo das notas de cada Licitante, os percentuais de desconto, de honorários e de repasse serão substituídos nas fórmulas da coluna NOTAS pelas respectivas percentagens que constarem de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo “%”.

14.6. A pontuação de cada Proposta de Preços será definida pela soma das notas atribuídas a cada um dos campos relacionados na tabela descrita no item 14.3, podendo totalizar até 40 (quarenta) pontos.

14.7. As notas serão calculadas com, no máximo, 01 (uma) casa decimal, com arredondamento estatístico.

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

14.9. Serão desclassificadas as Licitantes que não atenderem às exigências do ato convocatório.

15. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

15.1. Para o julgamento das propostas serão adotados os seguintes índices:

- a) **Índice Técnico (IT):** será aferido pelo somatório da pontuação obtida pela licitante na Proposta Técnica;
- b) **Índice de Preços (IP):** será aferido pelo somatório da pontuação obtida pela licitante na Proposta de Preços.
- c) **Índice Geral (IG):** será aferido a partir da média ponderada com peso 60/40, respectivamente para Técnica e para Preço, correspondendo aos seguintes fatores:
 - I) Fator de Ponderação do IT = 0,6 (zero vírgula seis)
 - II) Fator de Ponderação do IP = 0,4 (zero vírgula quatro)

15.2. A Comissão de Licitação adjudicará o objeto da licitação à proponente que obtiver a maior pontuação no Índice Geral, salvo eliminação posterior na fase de habilitação, calculada pela seguinte fórmula:

$$\text{I) IG} = (\text{IT} \times 0,6) + (\text{Nota de Preços Final} \times 0,4)$$

15.3. Caso haja empate no resultado geral das propostas, terá preferência a empresa que, na ordem a seguir, obtiver a maior nota sucessivamente nos seguintes quesitos:

- a) Ideia Criativa;
- b) Estratégia de Comunicação Publicitária;
- c) Estratégia de Mídia;
- d) Raciocínio Básico.



15.4. Não será considerado como critério de classificação e nem de desempate das propostas qualquer oferta de vantagem não prevista no edital.

15.5. Persistindo o empate, a escolha se fará, obrigatoriamente, por sorteio, em ato público, para o qual todas as Licitantes serão convocadas, vedado qualquer outro procedimento.

15.6. Às licitantes não caberá desconhecimento quanto ao teor dos subitens 15.3 e 15.4, eximindo o **SEBRAE/SE** de qualquer responsabilidade quanto ao sorteio.

15.7. Serão desclassificadas as propostas que:

- a) não atenderem as disposições contidas neste Edital.
- b) apresentarem vantagens baseadas em ofertas das demais licitantes.

16. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

16.1 Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Permanente de Licitação apenas pela licitante classificada no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, em dia, hora e local a ser definido pela CPL.

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

INVÓLUCRO Nº 5 - DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

Nome empresarial:

CNPJ/MF:

Concorrência n.º 01/2018 - SEBRAE/SE

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

16.1.3. Os Documentos de Habilitação deverão, preferencialmente, ter todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante e deverão ser apresentados, em cópia autenticada por cartório competente ou sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial. Só serão aceitas cópias legíveis (ainda que autenticadas), que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Permanente de Licitação.

16.2. Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a Documentação na forma prevista nos subitens 16.2.1 a 16.3.

16.2.1. Habilitação Jurídica:

- a)** cédula de identidade dos responsáveis legais da licitante;
- b)** registro comercial, em caso de empresa individual;



- c) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, em se tratando de sociedades comerciais, devidamente registrado e acompanhado de documentos de eleição de seus administradores, quando se tratar de sociedades por ações;
 - c1) os documentos mencionados na alínea “c” deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação;
 - c2) não será aceita certidão simplificada de arquivamento na Junta Comercial;
- d) inscrição do ato constitutivo em cartório de Registros de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades civis;
 - d1) não será aceita certidão simplificada de arquivamento na Junta Comercial;

16.2.2. Regularidade Fiscal:

- a) prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ/MF;
- b) prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual, distrital ou municipal, se houver, relativa ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta Concorrência;
- c) Certidão Conjunta Negativa ou Positiva com Efeito de Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais, previdenciários e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional;
- d) Certidões negativas ou Positiva com Efeito de Negativa de débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda Pública Estadual ou do Distrito Federal e do Município em quer estiver localizada a sede da licitante;
- e) Certificado de Regularidade do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS;
- f) Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas - CNDT, ou Positiva com Efeito de Negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943. (Incluído pela Lei nº 12.440, de 2011);

16.2.2.1 Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, para este certame, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica para o respectivo documento.

16.2.3. Qualificação Técnica:

- a) 02 (dois) atestados, fornecidas por pessoas jurídicas de direito público ou privado, que atestem que a licitante prestou à declarante serviços compatíveis com os do objeto desta Concorrência;
- b) Certificado de Qualificação Técnica concedido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), válido pelo menos até a data de abertura desta Concorrência;



c) Declaração de capacidade operacional e de instalação na cidade de Aracaju/SE, no caso de licitante com sede estabelecida fora desta Capital, de que manterá, durante a vigência do contrato, escritório, com estrutura física, recursos tecnológicos e humanos, conforme descrito no item 11.6, alínea b.

d) Comprovação da vinculação trabalhista e/ou societário da equipe de recursos humanos, por meio da apresentação de cópias da carteira de trabalho (folhas de dados pessoais e do contrato de trabalho) ou cópia autenticada do contrato de prestação de serviços, ambos vigentes e válidos nos moldes da legislação competente ou, ainda, em caso de vínculo societário, o próprio contrato social vigente, juntamente com suas alterações, todos, acompanhados do currículo resumido desses profissionais, devidamente assinados pelos mesmos.

16.2.4. Qualificação Econômico-financeira:

a) Certidão Negativa de falência e de recuperação judicial expedida pelo distribuidor da sede fiscal da pessoa jurídica, dentro do prazo de validade;

a1) Caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 30 (trinta) dias corridos antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

a2) No caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor.

b) Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social já exigíveis e apresentados na forma da lei, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizado por índices oficiais quando encerrado há mais de 3 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação, a saber:

I - sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou do domicílio da Licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído (art. 5º, § 2º, do Decreto-Lei nº 486/1969);

II - sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei Federal nº 6.404/1976: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em Jornal de grande circulação (art. 289, caput e § 5º, da Lei nº 6.404/1976);

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

16.2.4.1. As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de um ano deverão apresentar balanço conforme abaixo discriminado, com a assinatura do sócio-gerente e do responsável por sua contabilidade e a indicação do nome deste e do seu número de registro no Conselho Regional de Contabilidade, devidamente registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou do domicílio da licitante:



- a) balanço de abertura, no caso de sociedades sem movimentação;
- b) balanço intermediário, no caso de sociedades com movimentação.

16.2.4.2. A comprovação da boa situação financeira da licitante será feita por meio da avaliação, conforme o caso:

a) do balanço referido na alínea 'b' do subitem 16.2.4, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>1):

$$LG = \frac{\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$$

$$SG = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$$

$$LC = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}}$$

b) do balanço referido no subitem 16.2.4.1, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = a 1):

$$S = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Exigível Total}}$$

16.2.4.3. Os índices de que tratam as alíneas "a" e "b" do subitem 16.2.4.2 serão calculados e confirmados em forma de declaração, devendo conter a assinatura do representante legal da licitante, bem como a assinatura do responsável por sua contabilidade e a indicação do seu nome e do seu número de registro no Conselho Regional de Contabilidade.

16.2.5 A licitante também deverá incluir no Invólucro nº 5 as sequintes declarações:

- **Declaração de Documentos Fiéis e Verdadeiros;**
- **Declaração de Inexistência de Fato Superveniente.**

16.3. Se a licitante tiver filial, todos os Documentos de Habilidação deverão estar ou em nome da matriz ou da filial, dependendo de quem é a licitante, salvo aqueles documentos que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.



17. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

17.1. A Comissão Permanente de Licitação analisará os Documentos de Habilitação e julgará habilitada a licitante que atender integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos.

17.2. Na hipótese de inabilitação da licitante, a CPL convocará a licitante classificada em segundo lugar no resultado final para apresentação da documentação de habilitação dentro do prazo estipulado pela Comissão Permanente de Licitação e assim sucessivamente até a concretização da contratação.

18. COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

18.1 Esta Concorrência será processada e julgada por Comissão Permanente de Licitação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

18.2 As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 3 (três) técnicos de reconhecida competência na área, indicados em Portaria pelo SEBRAE/SE.

19. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

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

19.1.1. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 8.1 deste Edital.

19.1.2. A Comissão Permanente de Licitação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão relevar omissões puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta Concorrência e possam ser sanadas no prazo a ser fixado pela Comissão Permanente de Licitação.

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

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

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

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



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

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

PRIMEIRA SESSÃO

19.2. A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no subitem 2.1 deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

- a)** identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 8.1 deste Edital;
- b)** receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;
- c)** conferir se esses invólucros estão em conformidade com as disposições deste Edital.

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

- a)** estiver identificado;
- b)** apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2;
- c)** estiver danificado ou deformado pelas peças e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2.

19.2.1.1. Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 19.2.1, a Comissão Permanente de Licitação não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

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

- a)** rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Permanente de Licitação, bem como separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;
- b)** abrir o Invólucro nº 3 e rubricar seu conteúdo;
- c)** colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos que constituem os Invólucros nº 1 e nº 3;



d) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 21 deste Edital.

19.2.2.1. A Comissão Permanente de Licitação, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 19.2.2, adotará medidas para evitar que seus membros e os representantes das licitantes possam, ainda que accidentalmente, identificar as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária.

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

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

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

19.2.5. Concluída a primeira sessão pública, serão adotados os seguintes procedimentos:

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

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

c) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica, à Comissão Permanente de Licitação, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso; em caso de pontuação máxima em qualquer quesito, os membros da Subcomissão Técnica não precisarão justificar as suas notas;

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

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

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



de pontuação máxima em qualquer quesito, os membros da Subcomissão Técnica não precisarão justificar as suas notas.

19.2.5.1. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base na alínea 'a' do subitem 12.4 deste Edital, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme as regras previstas neste Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

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

19.2.6 As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 19.2.5 conterão, respectivamente, as pontuações para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

SEGUNDA SESSÃO

19.3. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Invólucros nº 1 e nº 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 21 deste Edital, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a)** identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b)** abrir os Invólucros nº 2;
- c)** cotejar as vias não identificadas (Invólucro nº 1) com as vias identificadas (Invólucro nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- d)** elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e)** proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;
- f)** informar que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 21 deste Edital, com a indicação dos proponentes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso.

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



TERCEIRA SESSÃO

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

- a)** identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b)** abrir os Invólucros nº 4, com a Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c)** colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;
- d)** analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- e)** identificar a Proposta de menor preço e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;
- f)** Ordenar o resultado por ordem de classificação geral, sendo considerada mais bem classificada a licitante que obtiver a maior nota final nos termos dos critérios estabelecidos no item 15 deste Edital;
- g)** informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preços e do julgamento final das Propostas será publicado na forma do item 2.5 deste Edital, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso.

19.4.1. Caso ocorra a situação prevista no subitem 12.6, o sorteio poderá ocorrer nessa terceira sessão ou em ato público marcado pela Comissão Permanente de Licitação, cuja data será divulgada na forma do item 2.5 deste Edital e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

QUARTA SESSÃO

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

- a)** identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b)** receber e abrir o Invólucro nº 5 da licitante melhor avaliada nos termos do critério estabelecido no item 15 deste Edital, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;



c) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;

d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;

e) informar:

e1) o resultado da habilitação;

e2) que o resultado da habilitação será publicado na forma do item 2.5 deste Edital, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso;

e3) que será publicado na forma do item 21 deste Edital o nome da licitante vencedora desta Concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

20. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

20.1. Decididos eventuais recursos, declarado o licitante vencedor e constatada a regularidade dos atos praticados, a autoridade competente homologará o procedimento licitatório e adjudicará o objeto.

20.2. Homologada e adjudicada esta licitação, o SEBRAE/SE convocará a firma adjudicatária para a assinatura do Termo de Contrato (**ANEXO VII**).

20.3. O objeto licitado será contratado com a licitante vencedora no prazo de até 05 (cinco) dias úteis, após a convocação pelo SEBRAE/SE.

21. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

21.1. Eventuais recursos referentes à presente Concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida ao **SEBRAE/SE**, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação, no endereço mencionado no subitem 2.1.

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

21.3. Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão Permanente de Licitação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação (ões) ao **SEBRAE/SE**, que decidirá em 10 (dez) dias úteis contados de seu recebimento.

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

21.5. Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos ou impugnações até o seu término, vista ao processo desta Concorrência, em local e horário a ser indicado pela Comissão Permanente de Licitação.



21.6. Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e julgamento de Propostas terão efeito suspensivo, podendo a Comissão Permanente de Licitação – motivadamente e se houver interesse para o **SEBRAE/SE** – atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

22. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

22.1. A soma das despesas com o contrato resultantes desta Concorrência está estimada, para o período de 12 (doze) meses, em R\$ 900.000,00 (novecentos mil reais), sendo que será executado de acordo com o previsto nos subitens 3.2.1, 3.2.2, 22.4 deste Edital e correrão por conta exclusiva do Orçamento do **SEBRAE/SE** na seguinte dotação orçamentária: Projeto - Gestão da Comunicação e demais Projetos das Unidades que demandarem os serviços.

22.2. Se o **SEBRAE/SE** optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado, consignará nos próximos exercícios em seu orçamento as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

22.3. O **SEBRAE/SE** se reserva ao direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

23. DA CONTRATAÇÃO

23.1. A contratação com o fornecedor será formalizada por intermédio de instrumento contratual, autorização de compra ou outro instrumento similar, conforme o caso;

23.2. As condições mais detalhadas de fornecimento constam do Termo de Referência **ANEXO II** do Edital;

23.3. É vedada a subcontratação total do objeto do contrato.

23.4. A licitante contratada poderá subcontratar parcialmente os serviços objeto deste Edital, desde que munido de prévia autorização por escrito do **SEBRAE/SE**, vedada a subcontratação com outras licitantes participantes deste processo licitatório. Quando autorizada a subcontratação, obriga-se o contratado a celebrar Contrato com inteira obediência às condições previstas neste Edital e sob a sua inteira e exclusiva responsabilidade, reservando- se ainda ao **SEBRAE/SE**, o direito de, a qualquer tempo, dar por terminado o subcontrato, sem que caiba ao subcontratado motivos para reclamar indenização ou prejuízos.

23.5. A Contratada deverá:

- a)** comprovar, a qualquer momento, o pagamento dos tributos que incidirem sobre a execução do objeto;
- b)** responsabilizar-se pelos danos causados ao **SEBRAE/SE** ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo na execução do contrato, não excluindo ou reduzindo essa responsabilidade a fiscalização ou o acompanhamento pelo **SEBRAE/SE**;
- c)** solucionar todos os eventuais problemas pertinentes ou relacionados com a execução do objeto da licitação, mesmo que para isso outra solução não prevista neste Edital tenha



que ser apresentada para aprovação e implementação, sem ônus adicionais para o **SEBRAE/SE**, desde que de responsabilidade da CONTRATADA;

- d)** ser responsável pela qualidade e entrega do objeto licitado de acordo com o Termo de Referência, principalmente no que se refere aos prazos pactuados;
- e)** manter durante toda a execução da contratação, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

23.6. Durante a vigência do contrato, a fiscalização será exercida por um representante do SEBRAE/SE, ao qual competirá registrar em relatório todas as ocorrências e as deficiências verificadas e dirimir as dúvidas que surgirem no curso da prestação dos serviços, de tudo dando ciência ao **SEBRAE/SE**.

23.7. O prazo de vigência do contrato decorrente da presente licitação é previsto para iniciar-se na data de sua assinatura e vigorará por 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado por meio de termo(s) aditivo(s), por interesse das partes, limitando-se, porém, sua vigência, a 60 (sessenta) meses.

24. DO PAGAMENTO

24.1. Os pagamentos decorrentes do objeto desta licitação serão efetuados em até 10 (dez) dias após o atesto da nota fiscal pela Unidade de marketing e Comunicação, seguindo as orientações dos normativos internos do **SEBRAE/SE** quanto à emissão da Nota da Fiscal.

24.2. O pagamento do valor da fatura será feito através de crédito na conta corrente da **CONTRATADA**, que deverá informar previamente os dados ao **SEBRAE/SE**.

24.3. Nenhum pagamento isentará a **CONTRATADA** das suas responsabilidades, nem implicará em aprovação definitiva dos serviços executados total ou parcialmente.

24.4. A inadimplência da **CONTRATADA** quanto aos recolhimentos dos respectivos encargos, quando cabíveis, autorizará ao **SEBRAE/SE**, na ocasião do pagamento, a retenção das importâncias devidas, como garantia, até a comprovação perante a fiscalização, da quitação da dívida.

25. DAS INFRAÇÕES E DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

25.1. A desistência formulada por qualquer das licitantes após a abertura das propostas sujeitar-lhe-á ao pagamento de multa equivalente a 10% (dez por cento) do valor de sua proposta, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão de Licitação.

25.2. O adjudicatário que não comparecer ou se recusar, sem motivo justificado, a fornecer o objeto da sua proposta escrita, dentro do prazo estabelecido no ato convocatório, fica sujeito a perdas e danos, desde logo estimados em 10% (dez por cento) do valor total da sua proposta escrita, quantia esta reconhecida como líquida, certa e exigível, via execução.



25.3. Poderá também ser aplicada a pena de suspensão do direito de licitar e contratar com o Sistema SEBRAE por período não superior a 2 (dois) anos, se verificada a hipótese do subitem anterior.

25.4. As multas serão cobradas judicialmente, ou recolhidas diretamente ao **SEBRAE/SE**, no prazo de 15 (quinze) dias corridos, contados da data de sua comunicação.

25.5. A prática de ilícitos em quaisquer das fases do procedimento licitatório, o descumprimento de prazos e condições e a inobservância das demais disposições da presente convocação, implicarão a aplicação das penalidades estipuladas em lei.

25.6. Para aplicação das penalidades aqui previstas, a licitante será notificada para apresentação de defesa prévia, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados da notificação.

25.7. As penalidades previstas neste edital são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis.

26. DISPOSIÇÕES GERAIS

26.1. O **SEBRAE/SE** não admitirá declarações, posteriores à abertura das propostas, de desconhecimento de fatos, no todo ou em parte, que dificultem ou impossibilitem o julgamento das propostas ou a adjudicação à licitante vencedora.

26.2. É facultado aos membros da CPL e à Autoridade Superior, em qualquer fase da licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou a complementar a instrução do processo, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originariamente da habilitação/proposta.

26.3. Após a fase de julgamento das propostas, não cabe desistência, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão de Licitação.

26.4. As normas que disciplinam esta Concorrência serão sempre interpretadas em favor da ampliação da disputa entre os interessados, desde que não comprometam o interesse do **SEBRAE/SE**, o princípio da isonomia, a finalidade e a segurança da contratação.

26.5. As propostas que apresentarem meramente erros de cálculo serão corrigidas pela Comissão de Licitação, as declarações e propostas que forem apresentadas faltando assinaturas do representante legal, poderão ser supridas, pelos representantes das licitantes presentes à sessão.

26.6. A homologação do resultado desta licitação não implicará direito à contratação.

26.7. Fica assegurado ao **SEBRAE/SE** o direito de cancelar ou revogar, no todo ou em parte, a presente licitação, mediante justificativa, antes da assinatura do contrato, sem que em decorrência dessa medida tenham as participantes direito à indenização, compensação ou reclamação de qualquer natureza. A presente licitação será anulada por ilegalidade, de ofício ou por provocação de qualquer pessoa, licitante ou não, mediante ato escrito e fundamentado.



26.8. Os licitantes assumem todos os custos de preparação e apresentação de suas propostas e o **SEBRAE/SE** não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

26.9. Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital e seus Anexos, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento. Só se iniciam e vencem os prazos em dias de expediente no **SEBRAE/SE**.

26.10. O desatendimento de exigências formais não essenciais não importará o afastamento do licitante, desde que seja possível o aproveitamento do ato, observados os princípios da isonomia e do interesse público.

26.11. Em caso de divergência entre disposição do Edital e das demais peças que compõem o processo, prevalece a previsão do Edital.

26.12. Os casos omissos deste edital serão resolvidos pelos membros da Comissão Permanente de Licitação, com a aplicação das disposições do Regulamento de Licitações e de Contratos do Sistema Sebrae - RLCSS.

27. DA FUNDAMENTAÇÃO JURÍDICA

27.1. A presente Concorrência tem como fundamento jurídico o Regulamento de Licitações e de Contratos do Sistema SEBRAE (RLC), com a redação dada pela Resolução CDN nº 213/2011, publicada no D.O.U., Seção 3, nº 100, de 26/05/2011; a Instrução Normativa 48.00 do SEBRAE NACIONAL (INS 48.00) aprovada pela Resolução DIREX nº 2413/11; a Lei 4.680, de 18 de junho de 1965, que dispõe sobre o exercício da profissão de publicitário e de agenciador de propaganda e dá outras providências; o Decreto 57.690, de 1º de fevereiro de 1966, que aprova o regulamento para a execução da Lei 4.680; o Decreto 4.563, de 31/12/2002, que altera o Regulamento aprovado pelo Decreto 57.690 para execução da Lei 4.680; o disposto no presente Edital e respectivos anexos, que dele passam a fazer parte integrante, para todos os efeitos.

27.2. Integram este Edital os seguintes anexos:

- a) **Anexo I** - Briefing;
- b) **Anexo II** - Termo de Referência;
- c) **Anexo III** - Modelo de Declaração de Porte da Empresa;
- d) **Anexo IV** - Planilha/Proposta/Proposta de Preços Sujeitos a Valoração;
- e) **Anexo V** - Declaração de Desimpedimento;
- f) **Anexo VI** - Tabela Referencial de Custos do Sindicato das Agências de Propaganda de Sergipe;
- g) **Anexo VII** - Minuta do Contrato

Aracaju/SE, 17 de dezembro de 2018.

Gildo Martins Cardoso Junior
Vice-Presidente da CPL



ANEXO I
CONCORRÊNCIA Nº 01/2018

BRIEFING

1 - O SEBRAE/SE

O Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Sergipe - SEBRAE/SE é uma entidade privada que promove a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro e pequeno porte. Há mais de 40 anos, atua com foco no fortalecimento do empreendedorismo e na aceleração do processo de formalização da economia, por meio de parcerias com os setores público e privado, programas de capacitação, acesso ao crédito e à inovação, estímulo ao associativismo, feiras e rodadas de negócios. As soluções desenvolvidas pelo SEBRAE/SE atendem desde o empreendedor que pretende abrir seu primeiro negócio até pequenas empresas que já estão consolidadas e buscam um novo posicionamento no mercado.

Negócio:

Desenvolvimento e sustentabilidade dos Pequenos Negócios.

Missão:

Promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos pequenos negócios e estimular o empreendedorismo.

Visão

Ter excelência no desenvolvimento dos pequenos negócios, contribuindo para a construção de um país mais justo, competitivo e sustentável.

Política da Qualidade:

Promover a cultura da melhoria contínua, oferecendo produtos e serviços de alta qualidade e eficiência para o desenvolvimento do empreendedorismo em Sergipe.

Política Ambiental:

Promover a preservação dos recursos naturais e o cumprimento da legislação aplicável, por meio da ação consciente de nossos colaboradores, reduzindo o consumo, eliminando o desperdício, prevenindo a poluição, reciclando os resíduos e melhorando continuamente o Sistema de Gestão Ambiental (SGA).

Política de Saúde e Segurança Ocupacional:

Promover a melhoria contínua das condições de saúde e segurança no trabalho, conscientizando nossos colaboradores quanto ao cumprimento de suas responsabilidades e garantindo o desempenho do Sistema de Gestão de Saúde e Segurança Ocupacional (SGSSO).

Valores:

Compromisso com o resultado, Conhecimento, Inovação, Sustentabilidade, Transparência, Valorização humana.



2 - SETORES ATENDIDOS PELO SEBRAE/SE

Indústria:

O SEBRAE/SE desenvolve ações coletivas com pequenos negócios industriais, reunidos em arranjos produtivos locais, núcleos setoriais, encadeamentos com grandes empresas e outras formas de cooperação.

Comércio e Serviços:

O SEBRAE/SE atua na capacitação dos empresários e na integração cooperativa que proporcionam qualificação, modernização e aumento da competitividade de polos e redes de pequenos empreendimentos comerciais com interesses comuns. Além dos segmentos tradicionais do comércio, o Sebrae SEBRAE/SE incentiva setores com potencial emergente e aposta no desenvolvimento de novos negócios e formatos comerciais.

Agronegócio:

A atuação do SEBRAE/SE no agronegócio prioriza o atendimento coletivo de empreendedores rurais, com enfoque na profissionalização da gestão das empresas cujas atividades se concentram no campo. O objetivo é elevar a cooperação, a produtividade, a competitividade, a qualidade dos produtos e o acesso aos mercados.

Economia Criativa:

O SEBRAE/SE entende a economia criativa de forma transversal, integrando todos os segmentos e setores da economia, de forma a gerar valor, diferenciais e estimular a competitividade das empresas, com destaque para os segmentos de arquitetura, expressões culturais, artes visuais, audiovisual, design, digital, editoração, moda, música e comunicação.

3 - PARTES INTERESSADAS

Grau I (dependência): públicos dos quais a instituição depende e que interferem diretamente na sua sobrevivência:

- *Microempreendedor individual (MEI)*
- *Microempresário*
- *Empresário de pequena empresa*
- *Produtor rural*
- *Potencial empresário com negócio próprio (não formalizado)*
- *Potencial empresário sem negócio próprio*
- *Potencial empreendedor*
- *Colaboradores*
- *Conselho Deliberativo*
- *Conselho Fiscal*
- *Consultores*
- *Fornecedores*

Grau II (participação): a instituição não depende desses públicos, mas eles colaboram para sua melhoria e crescimento:

- *Empresas e instituições parceiras em projetos e convênios*
- *Instituições de ensino*
- *Instituições públicas (governo estadual e municipal – secretarias e prefeituras)*
- *Cooperativas e associações*
- *Médias e grandes empresas*
- *Entidades de classe*



- *Lideranças empresariais*
- *Órgãos normatizadores, fiscalizadores, reguladores*
- *Lideranças comunitárias*
- *Comunidade do entorno*
- *Sindicatos*

Grau de Influência: públicos que podem interferir, positiva ou negativamente, na imagem da organização.

- *Veículos de Comunicação*
- *Formadores de opinião*

4 - LINHA DE ATUAÇÃO

Informação:

Pesquisas, artigos, publicações, notícias e informações úteis para que as micro e pequenas empresas de diferentes setores da economia encontrem o que precisam saber para continuar por dentro do que acontece no mundo dos negócios.

Consultoria:

Com consultores espalhados pelo Estado, aptos a realizar uma análise completa do negócio, o SEBRAE/SE presta consultoria em seus postos de atendimento ou diretamente nas empresas.

Capacitação:

O SEBRAE/SE conta com um portfólio de cursos e palestras, presenciais e a distância, para atender quem já tem e quer ampliar seu negócio ou quem pensa em abrir a sua própria empresa. São cursos gratuitos e subsidiados feitos sob medida para quem quer aprender desde as noções básicas de empreendedorismo até a gestão do próprio negócio.

Publicações:

Com publicações sobre os mais diversos temas e setores do empreendedorismo, o SEBRAE/SE ajuda quem tem ou quer abrir um negócio a buscar conhecimento, seja em casa ou na própria empresa.

Premiações:

O SEBRAE/SE reconhece e divulga a visão empreendedora para todo o país por meio de premiações que valorizam, incentivam e estimulam os pequenos negócios a crescer cada vez mais.

- *MPE Brasil*
- *Mulher de Negócios*
- *Desafio Sebrae*
- *Prefeito Empreendedor*
- *Jornalismo*

5 - PRINCIPAIS PRODUTOS

- *Começar Bem (potencial empreendedor)*
- *Oficinas SEI (Microempreendedores Individuais)*
- *Negócio a Negócio*
- *Na Medida (microempresas)*
- *Sebrae Mais (pequenas empresas)*
- *No Campo (produtores rurais)*



- Sebraetec (*soluções de inovação*)
- Agentes Locais de Inovação - ALI (*segmentos econômicos*)
- Empretec (*comportamento empreendedor*)
- Educação Empreendedora (*instituições de ensino*)

6 - PROJETOS FINALÍSTICOS

Aracaju - Destino Turístico Inteligente

Desenvolvimento da Construção Civil nos Territórios de Sergipe

Desenvolvimento do Artesanato nos Polos Sergipanos

Educação Empreendedora SEBRAE/SE

Energias de Sergipe

No Campo - Negócio Certo Rural

SE - Desenvolvimento e Fortalecimento de Startups

SE - Food Experience

SE - Sertão Empreendedor - Um Novo Tempo para o Semiárido

Sergipe Bio

SE - Líder Alto Sertão - Formação de Liderança para o Desenvolvimento Regional

7 - A MARCA SEBRAE

Em outubro de 2013, o Sebrae Nacional contratou a empresa Millward Brown para avaliar o valor da marca Sebrae (Brand Analytics). Com 78 escritórios em 51 países, a Millward Brown é a líder mundial em pesquisas de valoração de marca e tem na sua carteira de clientes Coca-Cola, IBM, Google, Visa, Nokia, McDonald's, Microsoft, Wall Mart e Apple.

No estudo, a Millward Brown sinaliza que o valor da marca é a parcela que uma empresa perderia do seu resultado (lucro) caso deixasse de usar a sua marca. "Uma marca valiosa não é construída só em função de propaganda. Ela é o resultado de toda a experiência do cliente com a marca."

Monitorar a evolução do valor da marca, recomenda o estudo, é uma forma de medir a saúde, a relevância e a competitividade da empresa. "A marca deve ser analisada com base na sociedade, avaliando o valor econômico adicionado para cada um dos segmentos de público atendidos."

Para aferir o valor da marca, a Millward Brown analisou o universo do mercado formal em que o Sebrae atua, estimado em 12 milhões de pessoas, com movimentação, por ano, de R\$ 1 trilhão (22,71% do PIB/2012), calculando a efetividade de uso de serviços do Sebrae por meio da diferença de faturamento de empresários usuários do Sebrae versus empresários não usuários da instituição.

Como resultado, a Millward Brown constatou que a marca Sebrae vale US\$ 1,185 bilhão (cerca de R\$ 4 bilhões), levando em consideração que:

- O cliente Sebrae fatura, em média, 3,2% a mais do que os não-clientes.
- A existência do Sebrae significa R\$ 3,3 bilhões por ano a mais no mercado das micro e pequenas empresas.
- A atuação do Sebrae gera um lucro adicional de R\$ 820 milhões por ano para os seus clientes.
- Para cada R\$ 1,00 investido no Sebrae, o Sebrae acrescenta R\$ 1,27 ao mercado das MPE.



- Comparada às empresas da iniciativa privada, a marca Sebrae seria a 10ª marca mais valiosa do Brasil.

8 - POSICIONAMENTO DA MARCA SEBRAE

O posicionamento desejado da marca Sebrae sinaliza para uma opção mais fácil e econômica de obter informações e conhecimento para apoiar as decisões de quem já é ou quer ser empresário, porque é quem mais entende de pequenos negócios e possui a maior rede de atendimento do país:

- 70,6% no Top of Mind como instituição que ajuda pequenas empresas (UGE)
- 11% da população do Brasil tem um pequeno negócio ou está ativamente buscando ter um (Millward Brown)
- Net Promoter Score: 77,8% (Millward Brown)
- Índice de satisfação: 8,8 (UGE)
- Nota associada à imagem: 8,34 (UGE)

9 - A IMAGEM DO SEBRAE

Em 2010, o Sebrae Nacional contratou o Vox Populi para aferir como a instituição e seus produtos e serviços são percebidos pelos empresários e pela população em geral. O instituto ouviu 6.417 pessoas em todo o país, e constatou que o Sebrae tem uma imagem positiva, forte e de credibilidade:

- 80,3% dos empresários com mais de 2 anos de atividade reconhecem o Sebrae como instituição que ajuda no desenvolvimento do país
- 92,3% dos atendidos têm avaliação positiva
- 90% consideram o Sebrae muito importante e necessário para o país
- 78,1% concordam que o Sebrae tem produtos e serviços acessíveis

10 - UNIDADE DE MARKETING E COMUNICAÇÃO (UMC)

A UMC atua na difusão dos programas e ações do SEBRAE/SE e na valorização da imagem da instituição perante seus públicos. É sua função orientar estratégias e regras que devem ser seguidas no planejamento e desenvolvimento de ações de marketing e comunicação, bem como referenciar o SEBRAE/SE como fonte de conhecimento e desenvolvimento do empreendedorismo no Estado de Sergipe.

É função da UMC:

- identificar novas mídias e veículos de comunicação que impactem os públicos prioritários do SEBRAE/SE;
- adotar a estrutura de multimídia para atingir os diferentes públicos e explorar a capilaridade do SEBRAE/SE em todo o Estado de Sergipe;
- otimizar os recursos na seleção de mídias pagas;
- aproveitar os espaços jornalísticos disponíveis;
- estimular a imprensa a ampliar os espaços para divulgação de matérias de interesse do SEBRAE/SE e das MPE.

Ações de marketing:

- integrar as atividades de marketing e comunicação do SEBRAE/SE ;
- solidificar a imagem do Sebrae como instituição de apoio às micro e pequenas empresas;
- promover a associação da marca Sebrae com a construção de um ambiente favorável aos pequenos negócios e ao empreendedorismo;



- promover a comercialização de produtos e serviços.

Ações de comunicação:

- divulgar o que é o Sebrae;
- explicar o que o Sebrae faz;
- mostrar que produtos e serviços o Sebrae oferece;
- orientar como ter acesso ao Sebrae.

11 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

Para consolidar o posicionamento da marca Sebrae, reforçar a sua participação no Top of Mind e tornar seus produtos e serviços 'desejáveis' pelo mercado, será necessária a adoção de uma estratégia e de um esforço de comunicação que integre as chamadas mídias tradicionais, alternativas e digitais, em sintonia com o comportamento, as necessidades e os desejos dos clientes atuais e potenciais.

Nesse sentido, para que os resultados da comunicação sejam expressivos, é imprescindível que suas ações estejam alinhadas às estratégias de gestão da empresa, de curto, médio ou longo prazo. Por isso, a comunicação deve ser considerada como a 'ponta' do processo mercadológico da empresa, iniciado com as definições de marketing estratégico e operacional, e concluído com a estratégia de atendimento.

Assim, foram definidas quatro estratégias para atuação imediata, que permeiam os eixos da comunicação corporativa, comunicação mercadológica, comunicação interna e relacionamento com a imprensa. São elas:

- Orientação permanentemente para o mercado;
- Reestruturação da presença nas mídias digitais.
- Aprimoramento da relação com a imprensa.
- Fortalecimento das relações institucionais.

12 - PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO

Com o objetivo de tornar a estratégia de comunicação ainda mais eficiente é preciso que todas as ações de comunicação estejam integradas, relacionadas entre si. Também é necessário rever alguns conceitos, ser mais ousado e oferecer campanhas com mais conteúdo.

Diante do que foi exposto, a Unidade de Marketing e Comunicação do SEBRAE/SE propõe um problema de comunicação relacionado ao momento atual pelo qual atravessa o País, ou seja, um período marcado pelo aumento sucessivo das taxas de desemprego, pelo recuo dos investimentos no setor produtivo, pela diminuição do consumo e, principalmente, pelo fechamento de empresas, inclusive as de micro e pequeno portes.

Por outro lado, o SEBRAE/SE vê o atual momento por um ponto de vista otimista, apostando no empreendedorismo como uma forma estratégica para enfrentar, de maneira efetiva, os problemas econômicos, ampliando as oportunidades, em nível local, para a geração de empregos, negócios, renda e circulação de serviços e mercadorias.

Com o mesmo otimismo, o SEBRAE/SE se coloca à disposição daqueles que já possuem um negócio, buscando evitar que tais estabelecimentos pereçam em virtude do momento atual. Cada empresa que se mantém viva e apresenta sinais de crescimento é importante não



somente do ponto de vista econômico e social, como serve de exemplo e inspiração para pretensos novos empreendedores.

Neste cenário, o SEBRAE/SE quer ser visto pela sociedade de forma geral, e pelos atuais e potenciais empresários em particular, como uma instituição capaz de oferecer apoio, orientação, conhecimento adequado e especializado para quem deseja abrir um negócio e para aqueles que já possuem seus empreendimentos e necessitam adequar-se às exigências do mercado, mantendo-se competitivas.

Vale destacar que o Sebrae já é uma marca amplamente conhecida, embora suas características e atributos gerais não sejam facilmente reconhecidos pela maioria das pessoas. Por outro lado, o amplo acesso ao conhecimento e à informação ensejado pela internet e seus mecanismos ampliam consideravelmente as oportunidades para que o Sebrae se torne não apenas lembrado como marca, mas reconhecido como um verdadeiro agente comprometido com o desenvolvimento do Estado de Sergipe, por meio do fomento ao empreendedorismo e apoio às micro e pequenas empresas da Capital e do interior.

Diante disso, o SEBRAE/SE deseja lançar uma campanha publicitária em todo o Estado, mostrando como a instituição pode ser importante para os atuais e futuros empreendedores. Nesta hora, o SEBRAE/SE precisa estar muito mais próximo de seu público. Porém, para isso, é fundamental que esse mesmo público reconheça no SEBRAE/SE um parceiro importante e útil tanto no momento da concepção, elaboração e implementação de um novo negócio, quanto na melhor forma de gestão de um atual empreendimento.

NA PRÁTICA, PRECISAMOS MOSTRAR O QUE O SEBRAE/SE PODE FAZER, NESTE MOMENTO DE RETOMADA DO PROCESSO DE CRESCIMENTO ECONÔMICO, POR AQUELES QUE SONHAM SER DONOS DO PRÓPRIO NEGÓCIO E POR AQUELES QUE JÁ POSSUEM UM NEGÓCIO DE PEQUENO PORTE E DESEJAM MELHORAR SEUS RESULTADOS.

A campanha deve utilizar-se de todos os meios tradicionais de mídia, incluindo estratégias de redes sociais e mídias digitais. É fundamental incluir, também, meios alternativos de divulgação, os quais são muitas vezes economicamente viáveis e efetivos. A campanha deve levar em conta as especificidades do Estado de Sergipe, considerando as características do público da Capital e do interior.

Destacamos que os relatos acima constituem apenas parâmetros, diretrizes e uma fonte de informação para a elaboração da campanha hipotética, cabendo à licitante ampliar, por meio de pesquisas ou outros meios, sua capacidade de entendimento e compreensão acerca do papel do SEBRAE/SE e sua importância para os empreendedores e para as micro e pequenas empresas do Estado de Sergipe.

12.1 Público-alvo

- a) Pequenos Negócios e seus proprietários: empresários, produtores rurais e artesãos;
- b) Potenciais Empresários: pessoas que já desenvolveram ou estão desenvolvendo ações no sentido de abrir um negócio;
- c) Potenciais Empreendedores: pessoas nas quais o Sebrae busca desenvolver a cultura empreendedora.



12.2 Praça

A campanha publicitária deverá ser veiculada com alcance em todo o Estado de Sergipe.

12.3 Período

As veiculações devem, necessariamente, ser propostas para o mês de dezembro/2018.

12.4 Verba referencial para investimento

Para a elaboração da campanha publicitária, considerando produção, veiculação, exposição e/ou distribuição, a licitante contará com uma verba hipotética de R\$ 270.000,00. Deverá ser considerado o valor bruto da tabela dos veículos, vigente em 2018, sem o Desconto-Padrão de Agência, de que trata o art. 11 da Lei nº 4.680/65 e art. 11 do Decreto 57.690/66.

12.5 Assinatura

As peças da campanha deverão, necessariamente, ser assinadas com a logomarca do SEBRAE/SE, seu endereço eletrônico (www.se.sebrae.com.br) e seu número telefônico da Central de Relacionamento Sebrae (0800 570 0800).

12.6 Caracterização Regional

A campanha deverá, necessariamente, apresentar características regionais e valorizar os aspectos socioeconômicos do Estado de Sergipe.

12.7 Pesquisas e outras informações

- Sítio do Sebrae Sergipe SEBRAE/SE: www.se.sebrae.com.br
- Sítio do Sebrae Nacional: www.sebrae.com.br

12.8 Considerações finais

A campanha deve-se respaldar na coerência com os dados reais. Sendo assim, a argumentação deve corresponder ao que realmente está acontecendo ou vai acontecer, e tornar claros os benefícios tangíveis e intangíveis para o público-alvo das ações desenvolvidas pelo SEBRAE/SE. Também deve evitar o excesso de exaltação como forma de argumentação, para não comprometer a credibilidade da instituição.



ANEXO II –
CONCORRÊNCIA Nº 01/2018

TERMO DE REFERÊNCIA

1. OBJETO

Contratação de 1 (uma) agência, para a prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de publicidade, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas e de informar ao público, sobre produtos, serviços e ações em geral do SEBRAE/SE.

2. JUSTIFICATIVA DA CONTRATAÇÃO

Considerando a necessidade de divulgação das ações e de temas de interesse das micro, pequenas e médias empresas por meio de ações publicitárias, é primordial que o SEBRAE SE providencie um processo licitatório para contratação de agência de publicidade para realização do referido serviço, conforme sugestão desse termo de referência.

Com a contratação de uma Agência de Publicidade para divulgar os produtos, serviços e ações desenvolvidos pela Instituição, estaremos contribuindo para o cumprimento de nossas metas operacionais, fortalecendo a imagem do Sebrae, dando publicidade para nossas realizações, promovendo a cultura empreendedora e fortalecendo os micro e pequenos empreendimentos como indutores do desenvolvimento autossustentável.

3. DESCRIÇÃO GERAL DOS SERVIÇOS

3.1. Elaboração do plano publicitário, incluindo a concepção das mensagens, marcas e peças (Criação) e o estudo dos meios e veículos que, segundo técnicas adequadas, assegurem a melhor cobertura dos públicos e/ou dos mercados objetivados (Planejamento de Mídia);

3.2. Execução do plano publicitário, incluindo orçamento, acompanhamento, realização, entrega final e instalação das peças publicitárias (Produção) e a compra, distribuição e controle da publicidade nos veículos contratados (Execução de Mídia);



- 3.3. Elaboração de plano estratégico e de mídia, incluindo pesquisa, levantamento de perfil do target (público-alvo), análise de concorrência, estudos dos meios de publicidade e plano de mídia;
- 3.4. Desenvolvimento de plano de mídia, incluindo estudo do target (público-alvo), definição final dos meios, negociação de verba para contratação dos meios, contratação dos espaços publicitários, envio de material para os meios e acompanhamento da veiculação;
- 3.5. Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado onde o conceito, ideia, marca, produto ou serviço encontrem melhor possibilidade de assimilação;
- 3.6. Identificação e análise das ideias, marcas, produtos ou serviços concorrentes;
- 3.7. Assessoramento, apoio, contratação e desenvolvimento de pesquisas de opinião e de mercado e outras que se fizerem necessárias à execução ou ao subsídio da estratégia de divulgação aprovada;
- 3.8. Assessoramento e apoio no planejamento e na execução de ações de publicidade, e de marketing;
- 3.9. Planejamento, concepção, criação de peças para comunicação digital e posterior desenvolvimento, implementação, animação, disponibilização, produção e veiculação do material aprovado;
- 3.10. Elaboração e desenvolvimento de marcas, expressões de propaganda, logotipos, símbolos, ilustrações, estampas e outros elementos de programação visual, bem como suporte no registro de sua propriedade, pelo SEBRAE/SE;
- 3.11. Editoração, adequação de conteúdo e de linguagem e revisão de publicações impressas e digitais (cartilhas, revistas, jornais, catálogos, boletins, cadernos, folders, folhetos, dentre outros);
- 3.12. Elaboração e desenvolvimento de ações de endomarketing e comunicação interna;



3.13. Planejamento e desenvolvimento de ações promocionais para divulgação de produtos e projetos do SEBRAE/SE;

3.14. Elaboração de Relatórios de Campanha e Projetos, em formato de apresentação, contendo objetivos, defesa, ações desenvolvidas, mídias utilizadas, peças criadas e produzidas, orçamentos e indicadores de resultados;

3.15. Elaboração de pesquisas qualitativas e/ou quantitativas pré e/ou pós campanha para identificar conhecimento da marca/produtos/serviços Sebrae; lembrança/ conhecimento, por parte do target, de campanhas do SEBRAE/SE veiculadas entendimento da mensagem veiculada nas campanhas; desenvolvimento de indicadores ou índices que permitam monitorar a efetividade das campanhas veiculadas;

3.16. Planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas. As pesquisas citadas neste item terão a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação para possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias a serem realizadas durante a execução do contrato;

3.17. Elaboração de Relatório Anual Institucional do SEBRAE/SE;

3.18. Disponibilizar ao SEBRAE/SE, em até 10 dias corridos, após a produção das peças, os arquivos abertos, de forma que o SEBRAE/SE possa alterá-los ou reutilizá-los, a seu critério, ceder a parceiros ou outras Unidades do Sistema Sebrae;

3.19. Participação de reuniões de briefing para alinhamento das informações, tantas quantas forem solicitadas e em local determinado pelo SEBRAE/SE;

3.20. Desenvolvimento de todas as peças publicitárias relacionadas às campanhas (mídia ou não mídia), incluindo direção de arte, criação e finalização dos materiais, bem como envio dos arquivos finais aos fornecedores e empresas gráficas, mídias e dentre outras;



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

3.22. Controle das inserções publicitárias (mídias contratadas), através de relatório mensal com comprovação das veiculações nos veículos descritos neste instrumento;

3.23. Disponibilização de relatório de comprovação das veiculações respectivas, produzido por empresa independente e especializada em aferição ou auditoria de veiculação de mídia, quando solicitado, para as veiculações em mídias de massa, tais como TV aberta, rádio, jornal, revista e internet;

3.24. Redação publicitária para as peças relacionadas à campanha, bem como revisão de texto, gramatical e ortográfica da mesma;

3.25. Elaboração, sob demanda, de projeto de comunicação visual de eventos e feiras, tais como a concepção visual e a elaboração de peças;

3.26. Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado potencial onde o conceito, ideia, marca, produto ou serviço encontre maior possibilidade de penetração junto ao target;

3.27. Assessoramento 360º, ou seja, além, da criação e veiculação das campanhas, a contratada será responsável pela criação de ações de comunicação visual para peças destinadas aos pontos de atendimento bem como a criação de ações promocionais como, por exemplo, participações em feiras e congressos, blitz promocional para abordagem de público, experiência com o produto entre outras, que deem sustentação além dos diversos recursos e ferramentas de comunicação virtual que possam facilitar o contato do SEBRAE/SE com o público-alvo;

3.28. Planejamento, concepção, criação e produção de mensagens e peças para comunicação para websites, telefonia móvel, e-mail marketing, redes sociais, dentre outras mídias digitais;



4. LOCAL DA PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS

4.1. A abrangência da prestação de serviços será estadual (Estado de Sergipe), podendo em ações específicas ter abrangência nacional.

5. VALOR ESTIMADO DA CONTRATAÇÃO

5.1. Para a prestação dos serviços será contratada 1 (uma) agência de publicidade, doravante denominada agência, licitante ou contratada, cujo valor anual estimado do contrato será de R\$ Max: R\$ 900.000,00 (Novecentos Mil Reais).

5.1.A. O documento de Diretrizes Para Elaboração do PPA 2018 – 2019 e Orçamento 2018 (páginas 15 e 16) é que aponta a regra sobre o limite com Divulgação, Anúncio, Publicidade e Propaganda. Despesas com divulgação de produtos, serviços e ações de natureza institucional máximo de 3,5% (três e meio por cento) para os Sebrae UF, do valor total das receitas previstas no Cenário de Recursos, excluindo-se as Receitas de Exercícios Anteriores. Na apuração da execução orçamentária será considerado como limite o valor estabelecido na previsão orçamentária do exercício. O relatório do SME mostra a atual execução deste limite, assim como o valor máximo.

5.2. A agência atuará respeitando os termos do Regulamento de Licitações e de Contratos do Sistema SEBRAE, aprovado através da Resolução nº 213/2011, de 18 de maio de 2011 publicado no D.O.U. nº 100, de 26/05/11, Resoluções do CDN nº 166/2008 e 168/2008, e artigos 42 a 45 da Lei Complementar 123/2006.

5.3. A execução dos serviços listados neste Termo de Referência constituirá mera expectativa em favor da empresa contratada.

5.4. No caso de serviços de terceiros, a contratada deverá apresentar, sempre, três orçamentos para aprovação final do SEBRAE/SE, exceto quando o serviço for objeto de contrato em vigor firmado com outra empresa por meio de licitação.

5.5 O SEBRAE/SE reserva-se ao direito de solicitar orçamentos de serviços diretamente de terceiros, desde que entenda que os valores apresentados pela empresa contratada não esteja dentro dos valores praticados pelo mercado, devendo a contratada executar sempre pelo fornecedor que oferecer o menor preço.



5.6 O SEBRAE/SE reserva-se ao direito de contratar os serviços objeto desta licitação diretamente de fornecedores, desde que sejam observados os princípios licitatórios da instituição, exceto os veículos de comunicação, definidos pelo Artigo 4º da Lei Nº 4.680, que deverão ser contratados sempre pela empresa contratada.

5.7. O valor do contrato poderá ser reajustado anualmente, caso haja disponibilidade orçamentária no CNO do Sebrae SE e demanda que justifique.

6. PRAZO PARA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

6.1. O atendimento da agência contratada deverá ser feito na Sede do SEBRAE/SE, localizada na Av. Tancredo Neves, nº 5.500, Bairro América, na Cidade de Aracaju/SE.

6.2. Os prazos para execução dos serviços provenientes deste Termo de Referência serão:

ITEM	PRODUTO	PRAZO
01	Criação, finalização e entrega de campanhas publicitárias e planos de mídia	Até 7 dias úteis
02	Criação, finalização e entrega de material eletrônico didático e institucional	Até 7 dias úteis
03	Produção e entrega de peças publicitárias gráficas	Até 5 dias úteis
04	Produção eletrônica com duração entre 30 e 60 segundos	Até 5 dias úteis
05	Produção eletrônica com duração acima de 60 segundos	Até 7 dias úteis
06	Produção gráfica simples	Até 3 dias úteis
07	Editoração gráfica simples	Até 5 dias úteis
08	Produção gráfica complexa	Até 10 dias úteis
09	Criação e produção de homepages interna e externa ou qualquer outro material interativo	Até 15 dias úteis

6.3. Os prazos referidos no item acima serão contados a partir da data de solicitação e do briefing encaminhados pela Unidade de Marketing e Comunicação à CONTRATADA. A ampliação do prazo de entrega, quando necessária, será discutida e aprovada pela Unidade de Marketing e Comunicação do SEBRAE/SE.

6.4. O atendimento ao SEBRAE/SE deverá ser de até 4h (quatro horas) após a solicitação dos serviços, e os prazos para realização dos mesmos deverão seguir orientações desta Instituição, conforme item 6.2 deste termo de referência.



6.5. Os serviços descritos no objeto deste Termo serão realizados mediante Ordem de Serviço deste SEBRAE/SE, emitida pela Gerência da Unidade de Marketing e Comunicação.

6.6. O não atendimento reiterado aos prazos exigidos pelo SEBRAE/SE será interpretado como descumprimento contratual, podendo ensejar as penalidades daí decorrentes.

7. VIGÊNCIA DO CONTRATO

7.1. A vigência do contrato será de 12 (doze) meses, contados a partir da data de sua assinatura, admitida a prorrogação mediante Termo Aditivo, até o limite de 60 (sessenta) meses, desde que julgado conveniente pelo SEBRAE/SE.

8. FORMA DE PAGAMENTO

8.1. O SEBRAE/SE efetuará o pagamento mensal à CONTRATADA, no prazo de até 10 (dez) dias, contado da apresentação da correspondente Nota Fiscal/Fatura, devidamente atestada pelo Gerente da Unidade de Marketing e Comunicação, acompanhada dos seguintes documentos:

- a) Relatório dos serviços prestados;
- b) Certificados de Regularidade perante a Seguridade Social e o FGTS;
- c) RANFS (Registro Auxiliar de Nota Fiscal de Serviço) para fornecedor de serviço com sede fora de Aracaju/SE;
- d) outros documentos exigidos por Lei.

8.1.1. Caso a CONTRATADA não entregue os documentos descritos até o dia 23 de cada mês, só poderá apresenta-los ao SEBRAE/SE no dia 1º do mês subsequente e com a data de emissão da Nota Fiscal / Fatura referente a esse mês.

8.1.2. As notas fiscais/faturas deverão ser emitidas e apresentadas, separadamente, por tipo de serviço, acompanhadas da respectiva comprovação.

8.1.3. O SEBRAE/SE vai ressarcir à contratada, no que diz respeito aos pagamentos efetuados a terceiros. A Agência trará os orçamentos aprovados pelo Gestor da UMC e emitirá nota fiscal para o SEBRAE/SE para que seja efetuado o pagamento.



9. PROPOSTA TÉCNICA

Item “APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA”.

10. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

Item “JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA”.

11. DESCRIÇÃO DAS FUNÇÕES E QUALIFICAÇÕES NECESSÁRIAS DA EQUIPE TÉCNICA BÁSICA

11.1. As funções abaixo descritas constituem formação da equipe básica mínima necessária para prestação dos serviços, objeto deste Termo, constituindo dever da contratada, no entanto, dimensionar o aumento da equipe, caso necessário, para a perfeita execução dos serviços contratados. O número mínimo de funções não poderá ser reduzido.

11.1.1. Função: **Profissional que gerencie Conta ou Atendimento**, exclusivo para a conta

11.1.1.1. Quantidade: 01 (um)

11.1.1.2. Qualificação Acadêmica: superior em Administração ou Publicidade ou Comunicação Social

11.1.1.3. Experiência profissional: ter atuado como Gerente ou Técnico de Comunicação ou Atendimento e propaganda.

11.1.1.4. Atribuições: Gestão da conta, “guardião” do plano estratégico, e atendimento geral da conta.

11.1.2. Função: **Profissional responsável pela Direção de Criação**

11.1.2.1. Quantidade: 01 (um)

11.1.2.2. Qualificação Acadêmica: superior em Comunicação Social ou Publicidade ou Design

11.1.2.3. Experiência profissional: ter atuado como diretor ou técnico de criação em empresas de comunicação e propaganda.

11.1.2.4. Atribuições: coordenar a criação e desenvolvimento de campanhas e materiais de comunicação.

11.1.3. Função: **Profissional responsável pela Direção de Arte**

11.1.3.1. Quantidade: 01 (um)

11.1.3.2. Qualificação Acadêmica: superior em Comunicação Social ou Publicidade ou Design



11.1.3.3. Experiência profissional: ter atuado como diretor ou técnico de arte em empresas de comunicação e propaganda.

11.1.3.4. Atribuições: responsável pela criação do layout das campanhas e materiais de comunicação.

11.1.4. Função: Profissional que gerencie Mídia

11.1.4.1. Quantidade: 01 (um)

11.1.4.2. Qualificação Acadêmica: superior em Administração ou Comunicação Social ou Publicidade

11.1.4.3. Experiência profissional: ter atuado como gerente ou técnico de mídia em empresas de comunicação ou propaganda ou nos veículos de propaganda.

11.1.4.4. Atribuições: planejar, desenvolver, orçar, negociar, coordenar e executar toda mídia a ser utilizada nas campanhas.

11.1.5. Função: Profissional que coordene a Produção Gráfica

11.1.5.1. Quantidade: 01 (um)

11.1.5.2. Qualificação Acadêmica: curso especializado em produção gráfica

11.1.5.3. Experiência profissional: ter atuado como coordenador ou técnico de produção gráfica em empresas de comunicação ou propaganda.

11.1.5.4. Atribuições: orçar, negociar, coordenar e executar toda produção dos materiais e peças criadas pela agência.

11.1.6. Função: Profissional que gerencie Planejamento

11.1.6.1. Quantidade: 01 (um)

11.1.6.2. Qualificação Acadêmica: Administração ou Publicidade ou Comunicação Social

11.1.6.3. Experiência profissional: ter atuado como gerente, coordenador ou técnico de planejamento em empresas de comunicação ou propaganda.

11.1.6.4. Atribuições: desenvolver todo o planejamento das campanhas do SEBRAE/SE dentro do prazo e verba estabelecidos.

11.2. A comprovação da experiência de todos os profissionais dar-se-á por meio da apresentação de currículo detalhado e cópias de declarações emitidas por empresas em que o profissional atuou ou registros na carteira de trabalho ou contrato de prestação de serviços,



referentes às atividades a serem executadas. Os documentos devem ser apresentados em até 5 (cinco) dias úteis após a assinatura do instrumento contratual.

12. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA:

Sem prejuízo das obrigações inerentes a perfeita execução do objeto deste TR, fica a CONTRATADA obrigada a executar os serviços/fornecimento com integral observância às seguintes obrigações dentro dos seguintes parâmetros:

I – Qualidade:

- Cumprir todas as exigências deste instrumento.
- Ser responsável pela qualidade e entrega do objeto licitado de acordo com o Termo de Referência, principalmente no que se refere aos prazos pactuados.
- Responsabilizar-se por toda a coordenação e orientação técnica inerente ao implemento e à execução das rotinas previstas neste instrumento, devendo manter o padrão de qualidade dos serviços prestados e dos profissionais designados.
- Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões de serviço entre o SEBRAE/SE e contratada, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambas as partes tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.
- Realizar, com seus próprios recursos, todos os serviços relacionados ao objeto deste instrumento, de acordo com as especificações aqui estipuladas.
- Orientar e supervisionar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pelo SEBRAE/SE.
- Apresentar equipe de profissionais para prestação dos serviços com a qualificação técnica necessária devidamente discriminada no item 11

II – Prazo:

- Os relatórios de realização do contato e/ou reunião deverão ser enviados ao SEBRAE/SE até o prazo máximo de 02 (dois) dias úteis, contados da sua realização.
- Realizar correção de registro de assuntos tratados, no prazo máximo de dois dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.



- Apresentar, em até 5 (cinco) dias úteis após a assinatura do instrumento contratual, os documentos relativos aos profissionais vinculados ao contrato: relação nominal dos profissionais, currículos detalhados e comprovação de experiência.
- Entregar ao SEBRAE/SE, até o dia 10 do mês subsequente, um relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e um relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para uma avaliação de seu estágio.
- Efetuar os pagamentos a terceiros por serviços prestados, incluídos os de veiculação, no prazo de até 72h (setenta e duas horas) após o pagamento pelo SEBRAE/SE e nas condições previamente aprovadas.
- Apresentar ao SEBRAE/SE cópias dos respectivos documentos fiscais que comprovem os pagamentos em favor de terceiros, até dez dias após sua realização.
- Instituir escritório de Atendimento e nomear preposto em Aracaju/SE no prazo máximo de 15 dias após assinatura do Contrato.
- Apresentar documentos necessários para o pagamento, até o dia 23 de cada mês nos termos do item 8.1.1
- Cumprir os prazos para execução previstos no item 6.2
- Obedecer o prazo de 05 dias para prestação de garantia nos termos do item 16 e subitens;
- Disponibilizar ao SEBRAE/SE, em até 10 dias corridos, após a produção das peças, os arquivos abertos, conforme item 3.18;
- Atender as demandas do SEBRAE/SE em até 4h nos termos do item 6.4.

III – Suporte:

- Participar de reuniões convocadas pelo SEBRAE/ SE, conforme item 3.19, e outras que se fizerem necessárias
- Designar um profissional da contratada (responsável por gerenciar conta ou atendimento) que seja responsável pelo relacionamento estratégico com o SEBRAE/SE, com autonomia para tomar decisões que impactem no bom andamento dos serviços.
- Informar ao SEBRAE/SE todos os acontecimentos inerentes às atividades objeto deste instrumento.
- Comprovar, a qualquer momento, o pagamento dos tributos que incidirem sobre a execução dos serviços prestados.



- Divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste instrumento, que envolva o nome do SEBRAE/SE, somente mediante sua prévia e expressa autorização.
- Manter por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos em decorrência do contrato, sobretudo quanto à estratégia de atuação do SEBRAE/SE.
- Manter, durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação exigidas na licitação que deu origem ao contrato.
- Prestar esclarecimentos ao SEBRAE/SE sobre eventuais atos ou fatos noticiados que envolvam a contratada, independentemente de solicitação.
- Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas ao cumprimento do presente instrumento.
- Responder civil ou criminalmente, por eventuais danos ou delitos causados por seus empregados, prepostos e/ou contratados ao SEBRAE/SE ou a terceiros, devendo indenizar todos os prejuízos ocasionados.
- Reembolsar o SEBRAE/SE, caso seus empregados, prepostos e/ou contratados causem danos materiais ao patrimônio deste.
- Responsabilizar-se pelos danos causados ao SEBRAE/SE ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo na execução do contrato, não excluindo ou reduzindo essa responsabilidade a fiscalização ou o acompanhamento pelo SEBRAE/SE.
- Responsabilizar-se por quaisquer acidentes de que possam ser vítimas seus empregados e prepostos, quando nas dependências do SEBRAE/SE, ou em qualquer outro local onde estejam prestando os serviços, devendo adotar as providências que, a respeito, exigir a legislação em vigor.
- Solucionar todos os eventuais problemas pertinentes ou relacionados à execução dos serviços contratados, mesmo que para isso outra solução não prevista no contrato tenha que ser apresentada, para aprovação e implementação, sem ônus adicionais para o SEBRAE/SE.
- Responder, perante o SEBRAE/SE e terceiros, por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de sua omissão, na condição dos serviços de sua responsabilidade, ou por erro seu na execução dos serviços.



- Manter comunicação frequente com o SEBRAE/SE, oferecendo-lhe informações acerca do andamento dos serviços e da evolução dos processos permitindo, assim, eventuais adequações e ajustes que se façam necessários.
- Comprovar vínculo com todos os membros da equipe técnica, mediante a apresentação de cópia da anotação na carteira de trabalho ou contrato de prestação de serviços e, no caso de sócio, mediante a apresentação do ato constitutivo que comprove essa condição.
- Substituir de imediato, sempre que exigido pelo SEBRAE/SE, e independentemente de justificativa por parte deste, qualquer empregado ou contratado cuja atuação, permanência ou comportamento sejam julgados inconvenientes ou insatisfatórios ao interesse do SEBRAE/SE.
- Os profissionais integrantes da equipe técnica deverão, obrigatoriamente, participar das atividades realizadas pela contratada. Não serão permitidas substituições de profissionais, senão por motivo justificado e aceito pelo SEBRAE/SE.
- Os profissionais indicados somente poderão ser substituídos, desde que os substitutos possuam qualificações iguais ou superiores, comparadas com aquelas que possuíam os substituídos, dependendo a substituição da anuência expressa do SEBRAE/SE, o que se efetivará após a análise dos mesmos documentos exigidos neste instrumento, emitidos em favor dos substitutos.
- Dedicar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações junto a terceiros e transferir, integralmente, ao SEBRAE/SE descontos especiais (além dos normais, previstos em tabelas), bonificações, reaplicações, prazos especiais de pagamento e outras vantagens. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido ao SEBRAE/SE, caso este venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.
- Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos para os direitos autorais, imagem, som, voz (atores e modelos), obras de arte e outros nos casos de utilização e reutilização em peças publicitárias pelo SEBRAE/SE.
- Fazer cotação de preços para todos os serviços de terceiros e apresentar, no mínimo, três propostas, conforme item 5.6. Se não houver possibilidade de obter três propostas, a contratada deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito e submeter à aprovação do SEBRAE/SE.



- Obter aprovação prévia do SEBRAE/SE, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este instrumento.
- Produzir, após a respectiva aprovação do serviço pelo SEBRAE/SE, cópias de filmes para TV, spots para rádio, jingles, entre outros, inclusive em sistema profissional solicitado pelo SEBRAE/SE, bem como, fotolito e provas de fotolito de peças para mídia e/ou impressão. Exceto quando não houver empresa contratada por processo Licitatório, ou a empresa que detenha o Contrato não tenha condição técnica de atender a demanda.
- Aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial do contrato.
- Não subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços objeto deste Termo.
- Realizar serviços conforme discriminação no item 3 e subitens

VI – Sustentabilidade:

- A contratada compromete-se a promover, sempre, o uso racional de recursos e equipamentos, de forma a evitar e prevenir o desperdício de insumos e materiais consumidos, bem como a geração excessiva de resíduos, a fim de atender às diretrizes da responsabilidade socioambiental, bem como prever a destinação ambiental adequada dos restos de materiais e produtos, que deverão ser adequadamente separados, para posterior descarte, em conformidade com a legislação ambiental e sanitária vigente e eventual plano de manejo.
- Durante toda a vigência do contrato, todas as condições de habilitação e qualificação, inclusive declarando, a cada prorrogação, que não emprega mão de obra infantil, e que cumprirá com suas obrigações trabalhistas (nos casos de contratos que envolvam mão de obra), conforme descrito no item 18
- Atender os preceitos contidos na Lei nº 9.610 de 19/02/1998, e no Decreto nº 57.690, 01/02/1966 sobre os direitos autorais, conforme descritos no item 14
- Obedecer os preceitos da subcontratação discriminados no item 15
- Cumprir todas as leis e imposições federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa.



- Cumprir a legislação trabalhista com relação a seus empregados, e quando for o caso, com relação a funcionários de terceiros contratados.
- Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.
- Responder integralmente por todos os encargos sociais, fiscais, seguros, indenizações e outros dispêndios ocasionados pelo vínculo empregatício, com relação aos seus empregados que prestam serviços ao SEBRAE/SE, por força do contrato firmado. Em decorrência, a contratada assumirá prontamente, de forma integral e sem quaisquer limitações, todas as responsabilidades, isentando o SEBRAE/SE, expressa e inquestionavelmente, de qualquer litígio ou despesa.
- Manter o SEBRAE/SE a salvo de qualquer litígio, assumindo todas as obrigações fiscais, trabalhistas e previdenciárias referentes ao pessoal alocado para o cumprimento do presente objeto, ficando aqui estabelecido que a assinatura do contrato não implicará ao SEBRAE/SE vínculo ou obrigação trabalhista, direta ou indireta, de qualquer natureza.
- Responsabilizar-se por todas as despesas de produção, materiais, mão-de-obra, transportes, hospedagem, locomoção, alimentação, uso de telefone (fixo ou celular), internet, equipamentos, máquinas, impostos, seguros, taxas, tributos, incidências fiscais, trabalhistas, previdenciárias, salários, custos diretos e indiretos, encargos sociais e contribuições de qualquer natureza ou espécie, necessários à perfeita execução do objeto deste instrumento
- Em reclamações trabalhistas, eventualmente propostas por seus empregados, prepostos ou ex-funcionários envolvendo o SEBRAE/SE, a contratada responsabilizar- se-á pela defesa, inclusive por custos, despesas e honorários advocatícios, bem como pelo cumprimento das decisões judiciais, isentando ainda o SEBRAE/SE de quaisquer responsabilidades e/ou ônus decorrentes direta ou indiretamente dos referidos processos judiciais.

SÃO AINDA OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA:

- Executar o serviço objeto deste Termo de Referência conforme as especificações e normas exigidas;



- Manter, durante toda a execução do contrato, e em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação;
- Manter entendimento com o **SEBRAE/SE** objetivando evitar interrupções ou paralisações na execução dos serviços;
- Indenizar os prejuízos que o **SEBRAE/SE** venha a sofrer em decorrência da prestação dos serviços de forma inadequada;
- Possibilitar ao **SEBRAE/SE** a fiscalização da execução do objeto contratado, o que não diminui ou substitui a responsabilidade decorrente das obrigações assumidas;
- Sanar, sem ônus para o **SEBRAE/SE**, todas as falhas técnicas que porventura venham a ocorrer;
- Não veicular, sob nenhuma hipótese, publicidade ou qualquer outra informação acerca das atividades objeto deste Contrato, sem prévia, expressa e formal autorização do SEBRAE/SE.
- As obrigações ora estabelecidas não excluem qualquer outra porventura aqui não relacionada;
- Zelar pelo fiel cumprimento das cláusulas do Contrato.
- Diligenciar para que não sejam executados serviços que não os previstos no objeto deste contrato;
- Capacitar seus empregados alocados na prestação dos serviços, qualificando e orientando a execução do contrato de acordo com os termos nele exigidos.
- Manter sigilo sobre quaisquer informações relacionadas às atividades profissionais da outra parte, bem como quaisquer dados, informações, especificações técnicas e comerciais dos materiais do SEBRAE/SE e demais documentos das quais tenha tornado conhecimento durante a execução do contrato, sejam relacionados ou não com a prestação de serviço objeto do contrato, comprometendo-se a não revelá-las a terceiros;
- Prover todos os meios necessários à garantia da plena operacionalidade dos serviços, inclusive considerados os casos de greve ou paralisação de qualquer natureza;

13. OBRIGAÇÕES DO SEBRAE/SE

13.1. Designar um profissional para atuar como gestor do contrato, que servirá de contato com o responsável da contratada (gerente de conta, ou de atendimento) para gestão,



acompanhamento e esclarecimentos que porventura se fizerem necessários durante a vigência do contrato;

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

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

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

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

13.5. Exigir a substituição de qualquer empregado e/ou preposto da contratada, notadamente quando verificada a falta de qualificação, zelo e dedicação na execução das tarefas, ou outros comportamentos que prejudiquem as atividades e resultados, objeto deste instrumento;

13.6. Fornecer material institucional em mídia, impressa ou digital à contratada para que a mesma fique alinhada aos objetivos do SEBRAE/SE;

13.7. Deliberar sobre as justificativas apresentadas pela contratada, na hipótese de a contratada não obter três propostas de preços para os serviços de terceiros, como mencionado no item 12, III - Suporte;

13.8. Aprovar as despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este instrumento, encaminhadas pela contratada, previamente analisadas pela Unidade de Marketing e Comunicação;



- 13.9. Aprovar a produção e a impressão das peças gráficas encaminhadas pela contratada;
- 13.10. Acompanhar a execução do contrato, conferir os serviços executados, podendo sustar, recusar, mandar fazer ou desfazer qualquer serviço que não esteja de acordo com os termos contratuais;
- 13.11. Notificar a contratada, por escrito, sobre imperfeições, falhas ou irregularidades constatadas na prestação dos serviços, a fim de que sejam adotadas as medidas corretivas necessárias;
- 13.12. Efetuar o pagamento mensal à Contratada, de acordo com o disposto no item 8 deste Termo de Referência

14. DIREITOS AUTORAIS

- 14.1. Na execução do contrato deverão ser atendidos os preceitos contidos na Lei nº 9.610 de 19/02/1998, e no Decreto nº 57.690, 01/02/1966, em especial o que se segue:
- 14.1.1 A ideia utilizada na propaganda é, presumidamente, da Agência, não podendo ser explorada por outrem, sem que aquela, pela exploração, receba a remuneração justa, ressalvado o disposto no art. 454, da Consolidação das Leis do Trabalho.
- 14.1.2. Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão de direitos – definitiva ou por tempo limitado - será sempre considerada como já incluída no custo de produção. Em relação a terceiros fornecedores, deverá ser objeto de prévio orçamento.
- 14.1.3. A contratada se compromete a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) de arte(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos.
- 14.1.4. A contratada deverá apresentar ao SEBRAE/SE os contratos e quitações relativas a todos os direitos autorais e de imagem, de direito de uso de voz e o que mais for utilizado na elaboração da publicidade.



14.1.5. A critério do SEBRAE/SE, as peças criadas pela contratada poderão ser reutilizadas no âmbito do Sistema SEBRAE.

15. DA SUBCONTRATAÇÃO

15.1. A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços.

15.2. A CONTRATADA poderá subcontratar parcialmente os serviços objeto deste Termo, desde que munida de prévia autorização por escrito do SEBRAE/SE, vedada a subcontratação com outras licitantes participantes do respectivo processo licitatório. Quando autorizada a subcontratação, obriga-se a contratada a celebrar contrato com inteira obediência às condições previstas neste Termo e sob a sua inteira e exclusiva responsabilidade, reservando-se ainda ao SEBRAE/SE, o direito de, a qualquer tempo, dar por terminado o subcontrato, sem que caiba ao subcontratado motivos para reclamar indenização ou prejuízos.

15.3. A CONTRATADA deverá providenciar o cadastro das empresas que eventualmente vierem a ser subcontratadas para o fornecimento de bens ou serviços especializados, relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste instrumento, no Canal do Fornecedor do SEBRAE/SE.

15.3.1. O rol de empresas cadastradas a que se refere o item anterior não se limitará àquele providenciado pela CONTRATADA.

16. GARANTIA

16.1. A empresa vencedora da licitação deverá, no prazo máximo de 05 (cinco) dias, contados da data da assinatura do contrato, prestar uma das seguintes garantias: caução em dinheiro, fiança bancária ou seguro-garantia, no valor de 2% (dois por cento) do valor total estimado do contrato.

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

- a) prejuízos advindos do não cumprimento do objeto do contrato e do não adimplemento das demais obrigações nele previstas;
- b) multas moratórias e punitivas aplicadas pelo SEBRAE/SE;
- c) prejuízos diretos causados ao SEBRAE/SE ou a terceiros decorrentes de culpa ou dolo durante a execução do contrato; e



d) obrigações previdenciárias, fiscais e trabalhistas não honradas pela contratada.

16.3. Em caso de prorrogação da vigência do contrato, a garantia deverá ser renovada em até 5 (cinco) dias contados do 1º dia útil subsequente à assinatura do Termo Aditivo, mantendo-se o percentual de 2% (dois por cento) sobre o valor do contrato;

16.4. A garantia escolhida deverá ser integralizada sempre que dela for deduzido o valor da multa contratual ou valores relativos ao não cumprimento de obrigações contratuais assumidas;

16.5. A garantia escolhida pela Contratada poderá ser substituída por outra no decorrer da execução do contrato, com a anuênciam do SEBRAE/SE, observadas as modalidades do item 16.1.

16.6. A inobservância do prazo fixado para apresentação da garantia acarretará a aplicação de multa de 0,2% (dois décimos por cento) do valor do contrato por dia de atraso, até o máximo de 5% (cinco por cento).

16.7. Será considerada extinta a garantia com a devolução da apólice, carta fiança ou autorização para o levantamento de importâncias depositadas em dinheiro a título de garantia, acompanhada de declaração do SEBRAE/SE, mediante termo circunstanciado, de que a Contratada cumpriu todas as cláusulas do contrato.

16.8. Para efeitos da execução da garantia, os inadimplementos contratuais deverão ser comunicados pelo SEBRAE/SE à Contratada e/ou à Instituição Garantidora, no prazo de até 90 (noventa) dias após o término de vigência do contrato.

17. ORIGEM RECURSOS FINANCEIROS

Os recursos financeiros para a contratação pretendida estão alocados no orçamento do SEBRAE/SE - exercício 2018 - PPA 2018-2019. Projeto Gestão da Comunicação, bem como outros projetos das Unidades demandantes.

Aracaju/SE, 20 de Novembro de 2018.

Bruno Leonel Sobral de Melo
Gerente da Unidade de Marketing e Comunicação



ANEXO III
CONCORRÊNCIA N.º 01/2018

MODELO DE DECLARAÇÃO DE MICROEMPRESA OU EMPRESA DE PEQUENO PORTE

(Denominação/Razão Social da empresa), pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF sob o n.º _____, com sede na _____ (endereço completo), neste ato representado pelo seu _____ (cargo) _____ (nome do representante legal), portador do RG n.º _____, inscrito no CPF/MF sob o n.º (xxxx), **DECLARA**, sob as penalidades da lei e nos termos do art. 3º da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, estando apta a fruir os benefícios e vantagens legalmente instituídas por não se enquadrar em nenhuma das vedações legais impostas pelo § 4º do art. 3º da Lei Complementar nº 123/2006, ser:

() **MICROEMPRESA** - Receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 360.000,00 e estando apta a fruir os benefícios e vantagens legalmente instituídas por não se enquadrar em nenhuma das vedações legais impostas pelo § 4º do art. 3º da Lei Complementar nº 123/06.

() **EMPRESA DE PEQUENO PORTE** - Receita bruta anual superior a R\$ 360.000,00 e igual ou inferior a R\$ 4.800.000,00, estando apta a fruir os benefícios e vantagens legalmente instituídas por não se enquadrar em nenhuma das vedações legais impostas pelo § 4º do art. 3º da Lei Complementar nº 123/06.

Declara ainda, que os presentes dados são verdadeiros e visam a facilitar os trâmites processuais da licitação, no sentido de antecipar informações a respeito do porte da empresa. **Asseguro**, quando solicitado pelo SEBRAE/SE, a comprovação dos dados aqui inseridos, sob pena da aplicação das sanções previstas no Código Penal Brasileiro.

Por ser a presente declaração a manifestação fiel de minha livre vontade, firmo este documento, para os fins de direito.

_____ (Local de emissão e data)

(Assinatura)

_____ (NOME DO REPRESENTANTE LEGAL)

CPF/MF n.º:

RG n.º:



ANEXO IV
CONCORRÊNCIA N.º 01/2018

PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS À VALORAÇÃO

A Empresa _____ com sede na cidade de _____, na (rua, avenida etc) _____, nº. ____, inscrita no CNPJ/MF sob o nº. _____, neste ato representada por _____, abaixo assinado, PROPÕE ao SEBRAE/SE - SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE SERGIPE, a prestação do objeto da Concorrência nº 01/2018, conforme as amostras fornecidas, nas seguintes condições:

- a) Desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Sergipe (*Desconto superior a 0% e igual ou menor do que 80%*) de: _____ % (_____ por cento);
- b) Percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, cuja utilização pelo SEBRAE/SE proporcione à agência desconto-padrão concedido por veículos de divulgação (*Honorários iguais ou superiores a 5% e menores do que 10%*) de: _____ % (_____ por cento);
- c) Percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, cuja utilização pelo Sebrae em Sergipe não proporcione à agência desconto-padrão concedido por veículos de divulgação (*Honorários iguais ou superiores a 10% e menores do que 15%*) de: _____ % (_____ por cento).

DECLARAMOS QUE: A validade da proposta é de 90 (noventa) dias e contados a partir da data da abertura das propostas.

DECLARAMOS QUE: Nos valores constantes desta proposta estão inclusas todas as despesas com encargos sociais, seguros, taxas, tributos e contribuições de qualquer natureza ou espécie, salários, despesas com reposição de funcionários em razão de qualquer tipo de licença (maternidade, doença ou outra) e quaisquer outras despesas ou encargos necessários à perfeita execução do objeto da licitação, sem qualquer custo adicional, bem como quaisquer parcelas de outra natureza, direta ou indireta, pertinentes à formação do preço dos serviços, não nos cabendo o direito de pleitear qualquer majoração do preço, sob a alegação de desequilíbrio econômico-financeiro, em face das variações quantitativas/qualitativas ocorridas na execução dos serviços, bem como de eventual perda de decisão judicial pela qual esta empresa tenha-se isentado de pagamento de qualquer tributo ou encargo trabalhista.

DECLARAMOS QUE: Nos comprometemos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo ao SEBRAE/SE as vantagens obtidas.

, _____ de _____ de 2018.
Assinatura do Representante Legal da Empresa Licitante e Nome legível
(Em papel timbrado e/ou com o carimbo do CNPJ/MF da Empresa)



ANEXO V
CONCORRÊNCIA N.º 01/2018

DECLARAÇÃO DE DESIMPEDIMENTO

Ao

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Sergipe - SEBRAE/SE
At.: **COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO**

Prezados Senhores,

A empresa _____ (Nome Empresarial) ___, inscrita no CNPJ/MF sob o n.º ___, com sede na (endereço completo), neste ato representado pelo seu (cargo) (nome do representante legal), portador do RG n.º ___ e inscrito no CPF/MF sob o n.º (_____), interessada em participar da **Concorrência n.º 01/2018**, do SEBRAE/SE, **DECLARA** para os devidos fins, sob as penalidades da lei, **QUE:**

01. Não está impedida ou suspensa de licitar ou contratar com o Sistema SEBRAE;

02. Não possui na composição do seu capital social, ou em seu quadro societário/diretivo, dirigente e/ou empregado do SEBRAE/SE, bem como ex-dirigente e/ou ex-empregado desligado a, no mínimo, 180 (cento e oitenta) dias anteriores à data da abertura dos envelopes do certame supracitado;

03. Não possui sócio ou dirigente que figure como cônjuge, companheiro ou parente em linha reta ou colateral, por consanguinidade ou afinidade, até o segundo grau, de empregado ou dirigente do SEBRAE/SE.

(Cidade/UF), ... de de 2018.

(Nome e Assinatura do Representante Legal da Empresa)



ANEXO VI
CONCORRÊNCIA Nº 01/2018

**TABELA DE REFERÊNCIA 2018
DO SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DE SERGIPE - SINPRO**

(Arquivo anexo em PDF)



ANEXO VII
CONCORRÊNCIA N.º 01/2018

MINUTA DO CONTRATO

Contrato de Prestação de Serviços que entre si celebram, o Serviço de Apoio às Micros e Pequenas Empresas de Sergipe - **SEBRAE/SE** e, de acordo com a legislação em vigor e as cláusulas abaixo.

Pelo presente instrumento particular de Contrato, reuniram-se, de um lado o **SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE SERGIPE**, entidade associativa de direito privado, sem fins lucrativos, instituído sob a forma de serviço social autônomo, inscrito no CNPJ/MF sob o n.º 13.115.183/0001-32, com sede na Av. Tancredo Neves, n.º 5.500, Bairro América, Aracaju/SE, a seguir denominado simplesmente **SEBRAE/SE**, neste ato representado por seu Diretor Superintendente, EMANOEL SILVEIRA SOBRAL, brasileiro,, residente e domiciliado nesta capital, portador do RG n.º e inscrito no CPF/MF sob o n.º e pelo Diretor MARCELO FARIAS BARRETO, brasileiro,, residente e domiciliado nesta capital, portador do RG n.º e inscrito no CPF/MF sob o n.º e do outro, a **empresa**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF sob o n.º, com sede na, aqui denominada simplesmente **CONTRATADA**, neste ato representada por seu, brasileiro,, residente e domiciliado, portador do RG n.º e inscrito no CPF/MF sob o n.º, têm entre si justos e accordados o presente **CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS**, que se regerá de acordo com o Regulamento de Licitações e de Contratos do Sistema SEBRAE, aprovado pela Resolução CDN n.º 213/2011, de 18/05/2011, publicado no D.O.U. de 26/05/2011, com base na Decisão n.º 907/97, de 11 de dezembro de 1997 do Tribunal de Contas da União, da Instrução Normativa do Sebrae n.º 48, datada de 13/12/2011, da Resolução CDN 166, datada de 25 de fevereiro de 2008, a Lei 4.680, de 18 de junho de 1965, que dispõe sobre o exercício da profissão de publicitário e de agenciador de propaganda, o Decreto 57.690, de 1º de fevereiro de 1966, que aprova o regulamento para a execução da Lei 4.680, o Decreto 4.563, de 31/12/2002, que altera o Regulamento aprovado pelo Decreto 57.690 para execução da Lei 4.680; e as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, contidas em documento assinado pelas entidades nacionais representativas dos segmentos que compõem esta atividade, em São Paulo/SP, no dia 16/12/98, sob a orientação do CENP- Conselho Executivo das Normas-Padrão e aos seguintes documentos, cujos teores são de conhecimento da **CONTRATADA** e fazem parte integrante e inseparável deste Contrato, independente de transcrição: edital de licitação e seus anexos e as propostas técnicas e de preços das empresas vencedoras, mediante as seguintes cláusulas e condições:

CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO

1.1. O presente instrumento contratual tem por objeto a prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de publicidade, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas e de informar o público, sobre produtos, serviços e ações



em geral do SEBRAE/SE, compreendendo todas atividades e condições constantes do Termo de Referência (Anexo II do Edital da Concorrência n.º 01/2018).

CLÁUSULA SEGUNDA - DA SUBCONTRATAÇÃO

A CONTRATADA poderá subcontratar parcialmente os serviços objeto deste Contrato, desde que munido de prévia autorização por escrito do SEBRAE/SE, vedada a subcontratação com outras licitantes participantes deste processo licitatório. Quando autorizada a subcontratação, obriga-se a CONTRATADA a celebrar contrato com inteira obediência às condições previstas no Edital da Concorrência n.º 01/2018 e sob a sua inteira e exclusiva responsabilidade, reservando-se ainda ao SEBRAE/SE, o direito de, a qualquer tempo, dar por terminado o subcontrato, sem que caiba ao subcontratado motivos para reclamar indenização ou prejuízos.

Parágrafo primeiro- A CONTRATADA deverá providenciar o cadastro prévio, junto ao SEBRAE/SE, das empresas que eventualmente vierem a ser subcontratadas para o fornecimento de bens ou serviços especializados, relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste instrumento.

Parágrafo segundo- O rol de empresas cadastradas a que se refere o item anterior não se limitará àquele providenciado pela CONTRATADA.

Parágrafo terceiro- A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços.

CLÁUSULA TERCEIRA - DAS INCIDÊNCIAS FISCAIS

Os impostos, taxas, emolumentos, contribuições fiscais e parafiscais que sejam devidos em decorrência, direta ou indireta do contrato ou de sua execução, serão de exclusiva responsabilidade do contribuinte assim definido na norma tributária, sem direito a reembolso.

CLÁUSULA QUARTA - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

Além das obrigações previstas no Edital da Concorrência n.º 01/2018 e no seu Termo de Referência (Anexo II), cabe à CONTRATADA:

I - Zelar pela perfeita execução do objeto contratado.

II - Manter, durante a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações por ela assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas em razão da natureza do objeto contratado.

Parágrafo único - A CONTRATADA declara com a assinatura do presente instrumento, que cumpre o previsto no Art. 7º, inciso XXXIII, da Constituição Federal, o qual prevê proibição de trabalho noturno, perigoso ou insalubre a menores de dezoito e de qualquer trabalho a menores de dezesseis anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de quatorze anos e declara que não emprega trabalhadores em situação degradante ou forçada.

CLÁUSULA QUINTA - DAS OBRIGAÇÕES DO SEBRAE/SE



Além das obrigações previstas no Edital da Concorrência n.º 01/2018 e no seu Termo de Referência (Anexo II), cabe ao SEBRAE/SE:

I - Fornecer à CONTRATADA as facilidades necessárias ao pleno cumprimento das obrigações que lhe são atribuídas neste instrumento contratual.

II - Aplicar à CONTRATADA as penalidades regulamentares e contratuais cabíveis.

CLÁUSULA SEXTA – DO ORÇAMENTO ANUAL ESTIMADO

O valor global estimado para as despesas com os serviços objeto deste contrato, pelo período de 12 meses, é de R\$ 900.000,00 (novecentos mil reais).

Parágrafo primeiro- O SEBRAE/SE se reserva ao direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

Parágrafo segundo- As despesas decorrentes do objeto deste Contrato correrão a conta da dotação orçamentária de 2018/2019 e correrão por conta exclusiva do Orçamento do SEBRAE/SE na seguinte dotação orçamentária: *Projeto: Gestão da Comunicação*.

Parágrafo terceiro- Caberá à agência contratada o valor mínimo de serviços correspondente a 10% (dez por cento) da verba efetivamente utilizada pelo SEBRAE/SE para o período de 12 (doze) meses, contados a partir da data de assinatura deste contrato.

Parágrafo quarto- A garantia de cota mínima individual prevista para a CONTRATADA será mantida na hipótese de prorrogação do contrato, podendo ser reavaliada a critério exclusivo do SEBRAE/SE.

Parágrafo quinto- A agência atuará por ordem e conta do SEBRAE/SE, nos termos do Regulamento de Licitações e de Contratos do Sistema SEBRAE, aprovado através da Resolução nº 213 de 18 de maio de 2011 publicado no D.O.U. nº 100 de 26/05/11, Resoluções do CDN nº 166/2008 e 168/2008, e artigos 42 a 45 da Lei Complementar 123/2006.

Parágrafo sexto- A execução dos serviços listados no Termo de Referência, inclusive outros que se incluem no âmbito de atuação das agências de publicidade, constituirá mera expectativa em favor das empresas contratadas.

Parágrafo sétimo- No caso de serviços de terceiros, a contratada deverá apresentar, sempre, três orçamentos para aprovação final do SEBRAE/SE.

Parágrafo oitavo- O SEBRAE/SE reserva-se ao direito de solicitar orçamentos de serviços diretamente de terceiros, desde que entenda que os valores apresentados por qualquer uma das empresas contratadas não esteja dentro dos valores praticados pelo mercado, devendo as contratadas executarem sempre pelo fornecedor que oferecer o menor preço.

Parágrafo nono- O SEBRAE/SE reserva-se ao direito de contratar os serviços objeto desta licitação diretamente de fornecedores, desde que sejam observados os princípios licitatórios da instituição, exceto os veículos de comunicação, definidos pelo Artigo 4º da Lei Nº 4.680, que deverão ser contratados sempre pela empresa contratada.



CLÁUSULA SÉTIMA - DA REMUNERAÇÃO

Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada da seguinte forma:

I - Desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Sergipe de: _____ % (_____ por cento);

II - Percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, cuja utilização pelo SEBRAE/SE proporcione à agência desconto-padrão concedido por veículos de divulgação de: _____ % (_____ por cento);

III - Percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, cuja utilização pelo Sebrae em Sergipe não proporcione à agência desconto-padrão concedido por veículos de divulgação de: _____ % (_____ por cento);

CLÁUSULA OITAVA - DA FORMA DE PAGAMENTO

Os pagamentos decorrentes deste Contrato serão efetuados em até 30 (trinta) dias após a entrega da nota fiscal à Unidade demandante, seguindo as orientações dos normativos internos do SEBRAE/SE quanto à emissão da Nota Fiscal.

Parágrafo primeiro - O pagamento do valor da fatura será feito através de crédito na conta corrente da CONTRATADA, que deverá informar previamente os dados ao SEBRAE/SE. Não serão realizados pagamentos em conta poupança

Parágrafo segundo- As Notas Fiscais não aprovadas pelo SEBRAE/SE serão devolvidas à CONTRATADA para as correções, acompanhadas dos motivos de sua rejeição. O prazo para pagamento estabelecido acima será contado a partir da reapresentação, sem qualquer tipo de reajuste de seu valor ou qualquer ônus para o SEBRAE/SE, seja ele a que título for.

Parágrafo terceiro- O prazo previsto nesta cláusula somente será observado quando não houver motivo para aplicação de multas ou de outras penalidades, casos em que o pagamento será efetuado após transcorrido o prazo para interposição de recursos ou após seu julgamento pelo SEBRAE/SE.

Parágrafo quarto- Para o faturamento do objeto contratado será considerado a autorização de fornecimento expedida pelo SEBRAE/SE.

Parágrafo quinto- Serão descontadas do valor do pagamento a que a CONTRATADA fizer jus as despesas de taxas, multas, entre outros, que o SEBRAE/SE venha a ter em razão de dados bancários informados incorretamente pela CONTRATADA.

Parágrafo sexto- Nenhum pagamento isentará a CONTRATADA das suas responsabilidades, nem implicará em aprovação definitiva dos serviços executados total ou parcialmente;

Parágrafo sétimo- A inadimplência da CONTRATADA quanto aos recolhimentos dos respectivos encargos, quando cabíveis, autorizará ao SEBRAE/SE, na ocasião do pagamento, a retenção das importâncias devidas, como garantia, até a comprovação perante a fiscalização, da quitação da dívida.



Parágrafo oitavo – O SEBRAE/SE poderá reter pagamentos da CONTRATADA enquanto perdurar pendência em relação ao cumprimento das obrigações contratuais ou em virtude de penalidade ou inadimplência.

CLÁUSULA NONA - DA VIGÊNCIA DO CONTRATO

O presente contrato terá vigência de 12 (doze) meses, a contar da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado, a critério do SEBRAE/SE, até o limite total de 60 (sessenta) meses, mediante a assinatura de Termo(s) Aditivo(s) a ser(em) firmado(s) entre as partes.

Parágrafo único: Durante a vigência do presente contrato a CONTRATADA deverá manter-se em condições de funcionamento, inclusive quanto às exigências relativas à legislação específica e aos órgãos fiscalizadores.

CLAUSULA DÉCIMA - DA FISCALIZAÇÃO

Durante a vigência da contratação, a fiscalização será exercida pela Unidade de Marketing e Comunicação do SEBRAE/SE, ao qual competirá registrar em relatório todas as ocorrências e as deficiências verificadas e dirimir as dúvidas que surgirem no curso da prestação dos serviços, de tudo dando ciência ao SEBRAE/SE.

Parágrafo primeiro - Não obstante a CONTRATADA seja a única responsável pela execução do objeto, o SEBRAE/SE reserva-se ao direito de exercer a mais ampla e irrestrita fiscalização sobre o objeto contratado, mediante fiscais designados.

Parágrafo segundo - O SEBRAE/SE acompanhará a execução do objeto, e ainda, avaliará a qualidade do mesmo, podendo rejeitá-lo no todo ou em parte, com a exposição dos motivos.

Parágrafo terceiro - A fiscalização do SEBRAE/SE não diminui nem substitui a responsabilidade da CONTRATADA, decorrente das obrigações aqui assumidas.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DAS PENALIDADES

A inexecução total ou parcial injustificada, a execução deficiente, irregular ou inadequada dos serviços objeto deste Contrato, assim como o descumprimento dos prazos e condições estipulados, implicarão na aplicação das seguintes penalidades:

I - advertência;

II - multa de 10% (dez por cento) sobre o valor da verba estimada do contrato, no caso de inexecução total;

III - multa de 0,5 (cinco décimos por cento) sobre o valor do serviço em atraso por dia, limitado a 30 (trinta) dias, calculada sobre o valor total do serviço, contados a partir do primeiro dia útil após a data fixada para entrega e/ou início dos serviços;

IV - rescisão unilateral do contrato a critério do SEBRAE/SE, na hipótese de ocorrer:

a) o previsto no item “2”;



b) a extrapolação dos 30 (trinta) dias previstos no item 3, sem prejuízo do pagamento das respectivas multas;

c) o inadimplemento total ou parcial das obrigações contratuais assumidas.

V- multa de 10% (dez por cento) sobre o valor total estimado deste contrato, atualizado, pela rescisão deste instrumento por iniciativa da CONTRATADA sem justa causa, sem prejuízo do pagamento de outras multas que lhe tenham sido aplicadas e de responder por perdas e danos que a rescisão ocasionar ao SEBRAE/SE.

Parágrafo primeiro - Pela aplicação das penalidades acima, caberá, ainda, a critério do SEBRAE/SE, suspensão temporária do direito de licitar e de contratar com o Sistema SEBRAE, por prazo de até 2 (dois) anos.

Parágrafo segundo - As multas serão descontadas dos pagamentos a que a CONTRATADA fizer jus ou recolhidas diretamente à tesouraria do SEBRAE/SE no prazo de até 15 (quinze) dias corridos, contados a partir da data de sua comunicação, ou, ainda, quando for o caso, cobradas judicialmente.

Parágrafo terceiro - Para a aplicação das penalidades aqui previstas, a CONTRATADA será notificada para apresentação de defesa prévia, no prazo de até 5 (cinco) dias úteis, contados a partir da notificação.

Parágrafo quarto - As penalidades previstas neste contrato são independentes entre si, podendo ser aplicadas isolada ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DOS DIREITOS AUTORAIS

Na execução deste contrato deverão ser atendidos os preceitos contidos na Lei nº 9.610 de 19/02/1998, e no Decreto nº 57.690, 01/02/1966, em especial o que se segue:

I - A ideia utilizada na propaganda é, presumidamente, da Agência, não podendo ser explorada por outrem, sem que aquela, pela exploração, receba a remuneração justa, ressalvado o disposto no art. 454, da Consolidação das Leis do Trabalho.

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

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

IV - A contratada deverá apresentar ao SEBRAE/SE os contratos e quitações relativas a todos os direitos autorais e de imagem, de direito de uso de voz e o que mais for utilizado na elaboração da publicidade.

V - A critério do SEBRAE/SE, as peças criadas pela contratada poderão ser reutilizadas no âmbito do Sistema SEBRAE.



CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DA PROPRIEDADE, SIGILO E SEGURANÇA DAS INFORMAÇÕES

A CONTRATADA compromete-se a:

- I - Não utilizar a marca SEBRAE/SE ou qualquer material desenvolvido pelo SEBRAE/SE para seus produtos e programas, assim como os dados a que tenha acesso no decorrer das atividades inerentes a este contrato, em ações desenvolvidas pela CONTRATADA fora do âmbito de atuação deste contrato;
- II - Tratar todas as informações a que tenha acesso em função do presente contrato em caráter de estrita confidencialidade, agindo com diligência para evitar sua divulgação verbal ou escrita, ou permitir o acesso, seja por ação ou omissão, a qualquer terceiro;
- III - Só divulgar informações acerca do objeto deste contrato que envolva o nome do SEBRAE/SE mediante sua prévia e expressa autorização;
- IV - Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos em decorrência deste contrato, sobretudo quanto à estratégia de atuação do SEBRAE/SE;
- V - Todas as informações obtidas pela CONTRATADA quando da execução dos serviços deverão ser tratadas como confidenciais, sendo vedada qualquer reprodução, utilização ou divulgação a terceiros, devendo zelar por seus representantes, empregados e subcontratados pela manutenção do sigilo absoluto de dados, informações, documentos e especificações técnicas, que tenham conhecimento em razão dos serviços executados;
- VI - Os profissionais da CONTRATADA que atuarão nos serviços previstos receberão acesso privativo e individualizado sobre as tarefas que lhe são confiadas, não podendo repassá-los a terceiros, sob pena de responder, criminal e judicialmente, pelos atos e fatos que venham a ocorrer, em decorrência deste ilícito;
- VII - Será considerada ilícita a divulgação, o repasse ou a utilização indevida de informações, bem como de documentos, imagens, gravações e informações utilizados durante a prestação dos serviços;
- VIII - A CONTRATADA obriga-se a dar ciência imediata, por escrito, ao SEBRAE/SE, sobre qualquer anormalidade que verificar na prestação dos serviços;
- IX - Cada profissional a serviço da CONTRATADA deverá estar ciente de que a estrutura computacional não poderá ser utilizada para fins particulares. Quaisquer ações que tramitem em sua rede poderão ser auditadas;

Parágrafo único. A infração ao inciso IV desta Cláusula implicará a rescisão imediata deste contrato e sujeitará a CONTRATADA às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária, salvo na hipótese prevista no art. 5º, XII da CRFB/88.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DA RESCISÃO

O presente instrumento poderá ser rescindido unilateralmente, por iniciativa do SEBRAE/SE, na ocorrência do inadimplemento total ou parcial das obrigações contratuais assumidas pela



CONTRATADA, sem prejuízo da aplicação das penalidades previstas no instrumento convocatório ou neste contrato e das demais cominações previstas em lei.

Parágrafo primeiro – Constituem motivos para rescisão unilateral ou administrativa do contrato, por parte do SEBRAE/SE, os seguintes:

I - o não cumprimento ou cumprimento irregular de cláusulas pactuadas, especificações ou prazos;

II - o atraso injustificado no início da execução do objeto;

III - a paralisação da execução do objeto, sem justa causa e prévia comunicação ao SEBRAE/SE;

IV - a subcontratação, total ou parcial do objeto deste contrato, a cessão ou transferência total ou parcial sem prévia autorização do SEBRAE/SE;

V - a lentidão do seu cumprimento, levando o SEBRAE/SE a comprovar a impossibilidade da conclusão dos serviços nos prazos estipulados;

VI - o desatendimento das determinações regulares da autoridade designada para acompanhar e fiscalizar a sua execução, assim como a de seus superiores;

VII - cometimento reiterado de falhas na execução deste contrato;

VIII - decretação de falência da sociedade;

IX - dissolução da sociedade;

X - a ocorrência de caso fortuito ou de força maior, regularmente comprovada, impeditiva da execução deste contrato;

XI - a alteração social ou a modificação da finalidade ou da estrutura da CONTRATADA, bem como sua associação com outrem, fusão, cisão ou incorporação, que prejudiquem ou inviabilizem a execução do contrato;

XII - No interesse do SEBRAE/SE, mediante justificativa.

Parágrafo segundo - Em qualquer das hipóteses acima referidas, a CONTRATADA deverá reparar integralmente os prejuízos causados ao SEBRAE/SE, independente da aplicação das penalidades previstas neste instrumento, que poderão ser aplicadas no todo ou em parte, a critério exclusivo do SEBRAE/SE.

Parágrafo terceiro – A rescisão do contrato poderá ser amigável por acordo entre as partes, reduzidas a termo, desde que haja conveniência para o SEBRAE/SE.

Parágrafo quarto – A rescisão administrativa ou amigável deverá ser precedida de parecer do gerente da Unidade de Marketing e Comunicação - UMC e de autorização escrita e fundamentada do Diretor-Superintendente do SEBRAE/SE.



Parágrafo quinto – A rescisão do contrato poderá dar-se, ainda, judicialmente, nos termos da legislação.

Parágrafo sexto – Os casos de rescisão contratual serão motivados nos autos do processo de contratação, assegurado o contraditório e a ampla defesa.

Parágrafo sétimo - Rescindido o presente Contrato o SEBRAE/SE poderá repassar os serviços objeto deste instrumento às demais empresas classificadas ou manter a execução total do contrato com a empresa remanescente, se for o caso.

Parágrafo oitavo - A CONTRATADA responderá na forma legal e contratual pela infração ou execução inadequada que tenha dado causa à rescisão.

Parágrafo nono – Sem prejuízo das sanções previstas nas cláusulas seguintes, na hipótese de rescisão administrativa do presente contrato, o SEBRAE/SE reserva-se o direito de reter os créditos decorrentes do contrato até o limite dos prejuízos causados ao SEBRAE/SE.

Parágrafo décimo - Inexistindo crédito da CONTRATADA, ou sendo este insuficiente, caberá à CONTRATADA efetuar o pagamento do que for devido na Tesouraria do SEBRAE/SE, no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, contado da data da comunicação de confirmação do débito.

Parágrafo décimo primeiro - Não se realizando o pagamento nos termos definidos nesta cláusula, far-se-á a sua cobrança judicialmente.

Parágrafo décimo segundo - Decorridos 30 (trinta) dias de atraso na execução do objeto, sem que tenham sido apresentadas justificativas plausíveis, estará caracterizado o descumprimento total das obrigações assumidas, caso em que o SEBRAE/SE poderá optar pela rescisão do contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DOS ANEXOS

Constituem parte integrante deste contrato, independentemente de transcrição, o Edital da Concorrência nº 01/2018, os documentos relacionados com à habilitação e às propostas (técnicas e de preços) apresentada pela CONTRATADA, e demais documentos que integram o processo licitatório.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - DOS CASOS OMISSOS

As omissões deste contrato e as dúvidas oriundas de sua interpretação serão sanadas de acordo com o que dispuserem o Edital da Concorrência SEBRAE/SE n.º 01/2018 e a proposta apresentada pela CONTRATADA, prevalecendo as disposições do Edital sobre as da proposta, e ainda pelo Regulamento de Licitações e de Contratos do Sistema SEBRAE, aplicando-se lhes, supletivamente, os princípios da teoria geral dos Contratos e as disposições do direito privado.

Parágrafo único - Qualquer omissão ou tolerância das partes ao exigir o cumprimento dos termos e condições deste contrato, ou ao exercer prerrogativa dele decorrente, não constituirá novação ou renúncia nem afetará o direito de exercê-lo a qualquer tempo.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA - DA EVENTUALIDADE DO CONTRATO



Os serviços decorrentes do presente contrato têm o caráter de eventualidade, não havendo entre as partes subordinação profissional. Trata-se de um contrato administrativo regido pelo Regulamento de Licitações e de Contratos do Sistema SEBRAE e, supletivamente, pela Lei Civil, não se deduzindo a favor dos profissionais da CONTRATADA, vínculo empregatício sob qualquer aspecto ou reflexo.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA - DA ANTICORRUPÇÃO

As partes concordam que executarão as obrigações contidas neste contrato de forma ética e de acordo com os princípios aplicáveis ao Sistema SEBRAE previstos no art. 2º do seu Regulamento de Licitações e de Contratos.

Parágrafo primeiro: A CONTRATADA assume que é expressamente contrária a prática de atos que atentem contra o patrimônio e a imagem do Sistema SEBRAE.

Parágrafo segundo: Nenhuma das partes poderá oferecer, dar ou se comprometer a dar, a quem quer que seja, ou aceitar ou se comprometer a aceitar de quem quer que seja, tanto por conta própria quanto por meio de outrem, qualquer pagamento, doação, compensação, vantagens financeiras ou não financeiras ou benefícios de qualquer espécie que constituam prática ilegal ou de corrupção sob as leis de qualquer país, seja de forma direta ou indireta quanto ao objeto deste contrato, ou de outra forma que não relacionada a este contrato, devendo garantir, ainda, que seus prepostos e colaboradores ajam da mesma forma.

Parágrafo terceiro: As partes se comprometem a estabelecer, de forma clara e precisa, os deveres e as obrigações de seus agentes e/ou empregados em questões comerciais, para que estejam sempre em conformidade com as leis, as normas vigentes e as determinações deste contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA NONA - DO FORO

Fica eleito o foro de Aracaju/SE para dirimir quaisquer dúvidas decorrentes da execução deste contrato, com renúncia das partes a qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

E, para firmeza do aqui ajustado, o presente instrumento é assinado em 2 (duas) vias, de igual teor para um só fim, na presença de 2 (duas) testemunhas.

Aracaju/SE,de de 2018.

PELO SEBRAE/SE:

Emanoel Silveira Sobral
Diretor Superintendente

Marcelo Farias Barreto
Diretor

PELA CONTRATADA:

Testemunhas:

1) _____

2) _____

NOME:
CPF:

NOME:
CPF: