



CONCORRÊNCIA Nº 001/ SEBRAE-PE /2022

DA CONVOCAÇÃO

SEBRAE-PE - SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE PERNAMBUCO, com sede na Rua Tabaiaras, 360, Recife/PE, inscrito do CNPJ / MF nº 09.829.524/0001-64, através da Comissão Permanente de Licitação - CPL, nomeada pela Portaria DIREX nº 13/2020, de 25/05/2020, torna público que promoverá **LICITAÇÃO NA MODALIDADE CONCORRÊNCIA DO TIPO TÉCNICA E PREÇO**, para contratação de serviços de publicidade, conforme BRIEFING, condições e exigências do presente Edital.

O procedimento licitatório obedecerá às seguintes normativas, disponíveis no endereço: <https://bit.ly/2vCnyEi>

1. **REGULAMENTO DE LICITAÇÕES e de CONTRATOS DO SISTEMA SEBRAE**, aprovado pela **Resolução CDN 391**, de 25 de novembro de 2021;
2. **LEI Nº 12.232, DE 29 DE ABRIL DE 2010**. Dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências.

Os envelopes contendo as Propostas Técnicas, o Repertório, os Preços, bem como, os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Permanente de Licitação reunida em sessão pública no local, data e horário abaixo definido:

LOCAL DA ABERTURA: No endereço da SEDE: Rua Tabaiaras, 360 – Ilha do Retiro - CEP. 50750-230 - Recife-PE.

DATA DA ABERTURA: 20 de maio de 2022 às 09h30min (nove horas e trinta minutos).

Qualquer pedido de esclarecimento deverá ser encaminhado à Comissão Permanente de Licitação – CPL, impreterivelmente, até o dia 17 de maio de 2022 através do e-mail: cplsebraepe@gmail.com.

IMPORTANTE! As empresas, que fizerem o download do Edital através da página da Internet do SEBRAE-PE, utilizando o link: <https://bit.ly/36Jrrum>, terão que enviar e-mail com os dados da empresa (razão social, endereço, CNPJ / MF, fone, e-mail e pessoa de contato). O não envio dos dados ou envio com dados incorretos exime a CPL da comunicação de eventuais retificações ocorridas no instrumento convocatório, bem como de quaisquer informações adicionais.

1. DO OBJETO

- 1.1. A presente licitação destina-se a selecionar proposta de prestação de serviços de publicidade, a ser apresentada por agência de propaganda (**agência**), para contratação pelo SEBRAE-PE, compreendendo:
 - 1.1.1. O conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.
- 1.2. O valor global estimado para custeio do objeto contratual a ser pago pelos serviços de publicidade será de **R\$ 4.200.000,00 (quatro milhões e duzentos mil reais)**.
 - 1.2.1. Esse valor poderá ser revisado nos casos de alteração na política econômica e / ou de revisão no orçamento do SEBRAE-PE. Constitui-se, a estimativa de **R\$ 4.200.000,00 (quatro milhões e duzentos mil reais)**, em mera previsão dimensionada, não estando o SEBRAE-PE obrigado a realizá-la em sua totalidade, e não cabendo à Contratada o direito de pleitear qualquer tipo de reparação,



portanto, o SEBRAE-PE se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a verba prevista.

1.3. Os serviços de publicidade serão contratados de agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento do CENP – Conselho Executivo de Normas Padrão.

1.4. O certificado de qualificação técnica de funcionamento previsto poderá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas- Padrão - CENP, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

1.5. A agência a ser contratada nas condições deste edital de Concorrência/Termo de Referência anexo, só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e por ordem do SEBRAE-PE, se previamente os identificar e tiver sido expressamente autorizada.

1.6. Nas contratações de serviços de publicidade, poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:

1.6.1. Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas;

1.6.1.1. As pesquisas e avaliações terão a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato.

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

1.6.2. À produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

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

1.7. Nos serviços de publicidade fica **vedada a inclusão**, em especial, as atividades de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto no Regulamento de Licitações e de Contratos do Sistema SEBRAE.

2. DO LOCAL DA PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS

2.1. O atendimento da agência de publicidade (**agência**) ao SEBRAE-PE - deverá ser feito no edifício sede do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Pernambuco – SEBRAE-PE, com endereço na Rua Tabaiaras, 360 - Bairro da Ilha do Retiro - RECIFE-PE.

2.2. Em eventual necessidade, poderão ocorrer reuniões nas Unidades Regionais do SEBRAE-PE. Caso isso venha a ocorrer, a **agência** será avisada com a antecedência mínima de 07 dias corridos, e as despesas de traslado, hospedagem e alimentação (dentro das regras praticadas com contratos no SEBRAE-PE) serão cobertas pelo SEBRAE-PE.

2.2.1. Não caberá à **agência** a decisão de visita ou viagem sem o conhecimento e aprovação prévia da **Unidade de Marketing e Comunicação (UMC)**. Cabendo a esta Unidade a identificação da necessidade, convite e a aprovação de visitas/viagens.

3. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO



- 3.1. Poderão participar da presente licitação as empresas interessadas que:
- 3.1.1. Estejam legalmente constituídas no país e desenvolvam as suas atividades empresariais e profissionais nos termos da Lei nº 4.680, de 18/06/1965, e do seu Regulamento aprovado pelo Decreto nº 57.690, de 01/02/66, do Decreto nº 785, de 27/03/1993, **Decreto nº 2.262 de 26 de junho de 1997**, bem assim das "Normas - Padrão da Atividade Publicitária" a ele incorporado e que tenham expressamente aderido aos preceitos do Código Brasileiro de Auto - Regulamentação Publicitária e do Código de Ética dos Profissionais de Propaganda.
 - 3.1.2. Não estejam suspensas de licitar ou impedidas de contratar com o Sistema SEBRAE;
 - 3.1.3. Não estejam sob processo de falência ou concordata, ou concurso de credores, dissolução, liquidação judicial ou extrajudicial;
 - 3.1.4. Não tenham sido declaradas inidôneas;
 - 3.1.5. Não estejam reunidas em forma de consórcio.
- 3.2. Não poderão participar de licitações nem contratar com o Sistema SEBRAE:
- 3.2.1. Empregado, dirigente ou membro dos Conselhos Deliberativos e Fiscais de suas respectivas unidades federativas;
 - 3.2.2. Pessoas jurídicas que tenham em seus quadros societários ou sejam constituídas por empregado, dirigente ou membro dos Conselhos Deliberativos e Fiscais de suas respectivas unidades federativas;
 - 3.2.3. Pessoas jurídicas que tenham assento nos Conselhos Deliberativos e Fiscais de suas respectivas unidades federativas.
 - 3.2.3.1. A pessoa jurídica que tenha como sócio ou titular ex-empregado, não poderá prestar serviços para o respectivo Sebrae contratante do ex-empregado, antes do decurso do prazo de 18 (dezoito) meses, contados a partir da respectiva demissão ou desligamento, exceto se os referidos sócios ou titulares forem aposentados.
 - 3.2.3.2. A pessoa jurídica que tenha como sócio ou titular ex-dirigente ou ex-membro dos Conselhos Deliberativos e Fiscais, não poderá prestar serviços para o Sebrae de sua respectiva unidade federativa, antes do decurso do prazo mínimo de quarentena de 60 (sessenta) dias, contados a partir do respectivo desligamento.
 - 3.2.3.3. As vedações previstas no **subitem 3.2.3** não se aplicam ao Instituto Evaldo Lodi (IEL) e aos Serviços Sociais Autônomos, nem às pessoas jurídicas integrantes da Administração Pública, direta ou Indireta, federal, estadual ou municipal.
- 3.3. As empresas interessadas (**Agências**) deverão entregar em sessão pública, na data marcada para a abertura desta CONCORRÊNCIA, e neste mesmo momento, entregar em separado as CREDENCIAIS do representante, e os ENVELOPES, contendo:
- 3.3.1. A **proposta técnica não identificada** será entregue em Envelope branco (Envelope nº 01) não identificado;
 - 3.3.2. A **proposta técnica identificada** será entregue em Envelope branco (Envelope nº 02) identificado;
 - 3.3.3. A **proposta técnica complementar** - Envelope 03;
 - 3.3.4. A **proposta de preços** - Envelope 04;



3.4. O Envelope 05 contendo os **documentos de habilitação** será oportunamente apresentado, mediante solicitação da CPL e, só será exigido da **Agência** melhor pontuada no processo final depois da análise técnica e de preço e respectiva pontuação.

4. **DO CREDENCIAMENTO NA LICITAÇÃO - (apresentar documentação em separado)**

- 4.1. As **Agências** interessadas nesta CONCORRÊNCIA deverão credenciar um representante (por instrumento público ou particular de procuração), que o habilite a participar do procedimento licitatório em nome da empresa, com poderes para: firmar declarações, desistir ou apresentar razões de recurso, assinar atas e praticar todos os demais atos pertinentes ao presente certame;
- 4.2. A procuração particular deverá vir acompanhada de cópia do ato constitutivo ou de alteração contratual, para fins de comprovação dos poderes para constituir representantes.
- 4.3. A procuração será dispensada quando presente o representante legal da empresa, e este comprovar, mediante apresentação de cópia do ato constitutivo ou da alteração contratual, ser o responsável legal pela administração da empresa;
- 4.4. O representante da empresa deverá identificar-se através da apresentação da Cédula de identidade e / ou Carteira Nacional de Habilitação, Identidade Profissional (CREA, CRC, OAB, entre outros) através do original ou cópia;
- 4.5. A não apresentação desses documentos será fator impeditivo à atuação do representante nos procedimentos da presente CONCORRÊNCIA, não invalidando, todavia, a proposta apresentada. Fica a empresa sem representação na sessão pública.

5. **DAS CONDIÇÕES DE HABILITAÇÃO**

5.1. A **Agência** com melhor pontuação final no processo deverá apresentar à Comissão Permanente de Licitação, mediante solicitação, no local, dia e hora a serem indicados, os seguintes documentos de habilitação, acondicionados no Envelope 05, lacrado, com a seguinte identificação:

AO SEBRAE-PE
A / C DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO
CONCORRÊNCIA Nº 001/ SEBRAE-PE /2022
AGÊNCIAS DE PROPAGANDA
ENVELOPE Nº 05 - DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO
(RAZÃO SOCIAL DA AGÊNCIA)

5.2. **HABILITAÇÃO JURÍDICA:**

- 5.2.1. Registro comercial, no caso de empresa individual;
- 5.2.2. Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais, e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;
- 5.2.3. Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de diretoria em exercício e o RG do representante legal da empresa;

5.3. **QUALIFICAÇÃO TÉCNICA.**

- 5.3.1. Registro ou inscrição na entidade profissional competente:
 - 5.3.1.1. Associação Brasileira de Agências de Propaganda ou no Sindicato da Classe em seu Estado ou Cidade ou, ainda, por declaração da Federação Nacional das Agências de Propaganda, caso não exista sindicato da classe no Estado ou Cidade, e;



- 5.3.1.2. Apresentar o certificado de qualificação técnica de funcionamento obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda. (Na forma do artigo 4º da Lei nº 12.232/2010).
- 5.3.1.3. Relação de clientes regulares, de âmbito nacional, estadual e / ou local, com indicação da data do início do atendimento, bem como os respectivos ramos de atividades, produtos e serviços a cargo da agência.
- 5.3.1.4. Descrição da abrangência do atendimento da agência: no Brasil, citando o número e localização dos escritórios, acordos operacionais; e no Exterior, mencionando acordos operacionais.
- 5.3.1.5. Declaração de que a empresa possui condições operacionais de funcionar nos seguintes setores: atendimento; planejamento; criação; mídia; produção de rádio, televisão e cinema; produção gráfica, Internet e administração. Quantificação e qualificação dos profissionais da agência; no caso de mais de um escritório, discriminar seu número e qualificação.
- 5.3.1.6. Composição da diretoria da empresa e relação dos responsáveis pelos departamentos mencionados no subitem anterior.

5.4. QUALIFICAÇÃO ECONÔMICA E FINANCEIRA.

5.4.1. **Balanco patrimonial e demonstrações contábeis do exercício social de 2020**, apresentados e registrados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da **Agência**, vedada sua substituição por balancetes ou balanços provisórios.

5.4.1.1. A boa situação financeira será verificada através do cálculo dos seguintes índices, os quais deverão apresentar resultado maior do que 1 (um).

5.4.1.1.1. **Liquidez Geral:** Índice de **Liquidez Geral (ILG)** indica quanto a empresa possui em disponibilidades, bens e direitos realizáveis no curso do exercício seguinte para liquidar suas obrigações, com vencimento neste mesmo período.

$$\frac{\text{ATIVO CIRCULANTE} + \text{ATIVO NÃO CIRCULANTE}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE} + \text{PASSIVO NÃO CIRCULANTE}}$$

5.4.1.1.2. **Liquidez Corrente:** Índice de **Liquidez Corrente (ILC)** indica quanto a empresa possui em recursos disponíveis, bens e direitos realizáveis a curto prazo, para fazer face ao total de suas dívidas de curto prazo.

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

5.5. REGULARIDADE FISCAL.

5.5.1. **Prova de inscrição no:**

- 5.5.1.1. Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (**CNPJ**);
- 5.5.1.2. Cadastro de Contribuintes Municipal, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

5.5.2. **Prova de regularidade para com:**

- 5.5.2.1. A **FAZENDA FEDERAL e SEGURIDADE SOCIAL (CND/INSS)** (Certidão Conjunta de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União);
- 5.5.2.2. A **FAZENDA MUNICIPAL** do domicílio ou sede do licitante, na forma da lei;
- 5.5.2.3. O **FUNDO DE GARANTIA POR TEMPO DE SERVIÇO (CRF / FGTS)** expedido pela Caixa Econômica Federal
- 5.5.2.4. A **JUSTIÇA DO TRABALHO**, em cumprimento à Lei nº 12.440/2011 e à Resolução Administrativa TST nº 1470/2011, comprovada por meio da



Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT ou Certidão Positiva com Efeito de Negativa.

5.5.3. Todos os documentos deverão estar dentro do prazo de suas validades. Os documentos para os quais o prazo de validade não estiver mencionado explicitamente, somente serão aceitos quando emitidos até 03 (três) meses antes da apresentação dos documentos de habilitação e propostas.

5.6. OUTROS ELEMENTOS.

5.6.1. Não serão aceitos documentos fora do prazo de suas validades.

5.6.2. A documentação poderá ser apresentada em original, por cópia simples, através de documento obtido pela internet, ou, ainda, na forma de publicação em órgão de imprensa oficial.

5.6.2.1. **Junto com a documentação deverá ser encaminhado para a CPL o ANEXO IV deste edital devidamente assinado pelo representante legal da empresa.**

5.6.3. A não apresentação de qualquer documento ou o não cumprimento de qualquer exigência constante do edital implicará na inabilitação da licitante.

6. DA PROPOSTA TÉCNICA

6.1. **A Proposta Técnica deverá ser apresentada sem nenhuma identificação** da proponente e acondicionada em **ENVELOPE SEM TIMBRE** – na cor branca, em papel A4 tamanho 24 X 33 cm, fechado e identificado (com letra ARIAL 12 com Fonte na cor preta) da seguinte forma:

AO SEBRAE / PE
A / C DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO
CONCORRÊNCIA Nº 001/ SEBRAE-PE /2022
AGÊNCIAS DE PROPAGANDA
ENVELOPE nº 01 - PROPOSTA TÉCNICA.

6.2. **(ESSE ENVELOPE, NÃO DEVE TRAZER QUALQUER IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA INTERESSADA NO PROCESSO DE CONTRATAÇÃO, OU SEJA: MARCA / SINAL / ETIQUETA OU QUALQUER OUTRO ELEMENTO CAPAZ DE IDENTIFICAR A EMPRESA PROPONENTE).**

6.3. **É vedada a identificação da PROPONENTE em todo o conteúdo da Proposta Técnica (qualquer tipo de identificação, inclusive etiquetas), devendo ser essa proposta apresentada em envelope devidamente lacrado SEM IDENTIFICAÇÃO.**

6.3.1. **Havendo qualquer tipo de identificação na Proposta Técnica, a proponente ficará impedida de participar do certame, registrando-se o ocorrido em Ata.**

6.4. A Proposta Técnica deverá ser apresentada nos moldes de um **Plano de Comunicação Publicitária**, elaborada com base no **Briefing** (anexo do TR) e de um conjunto de informações referentes ao proponente, o qual compreenderá os seguintes quesitos:

6.4.1. RACIOCÍNIO BÁSICO –

6.4.1.1. Texto de, no máximo, 03 (três) folhas em formato A4, com espaçamento de 02 (dois) cm das margens esquerda e direita a partir da borda, com fonte Arial 12 (doze) com espaçamento simples entre as linhas, no qual a empresa interessada no processo de contratação apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do SEBRAE-PE, a compreensão da **agência** sobre o objeto da contratação (TR) e os desafios de comunicação a serem enfrentados. Deve conter avaliação do papel de comunicação publicitária como instrumento de comunicação social utilizado pelo SEBRAE-PE, definidos no Briefing (Anexo I).

6.4.2. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA –



6.4.2.1. Textos de, no máximo 03 (três) folhas, em formato A4, com espaçamento de 02 (dois) cm das margens esquerda e direita a partir da borda, com fonte Arial 12 (doze) com espaçamento simples entre as linhas, em que a **agência** apresenta o conceito e os partidos temáticos que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a comunicação do SEBRAE-PE e defender as linhas gerais da proposta para suprir o desafio de alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo SEBRAE-PE e onde definem os objetivos de comunicação e como a campanha publicitária apresentada (subitem 6.3.3- Ideia criativa), pretende resolvê-los.

6.4.3. IDÉIA CRIATIVA –

6.4.3.1. Texto de, no máximo 03 (três) folhas, em formato A4, com espaçamento de 02 (dois) cm das margens esquerda e direita a partir da borda, com fonte Arial 12 (doze) com espaçamento simples entre as linhas com a Síntese da estratégia de comunicação publicitária, a respeito da abordagem criativa da campanha, acompanhada das peças que a corporifiquem objetivamente, apresentada sob as seguintes formas (limitada a 15 (quinze) peças): roteiro com texto digitado, leiautes, storyboards, spot ou jingle para rádio admitindo-se monstro para spot de rádio, roteiro de vídeo, ou HOO. Estas peças não fazem parte do limite de texto, proposto neste item;

6.4.4. ESTRATÉGIA DE MÍDIA ON E OFF LINE –

6.4.4.1. Que deverá explicitar e justificar a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária, na forma que se segue:

6.4.4.1.1. Análise dos hábitos de leitura e audiência do principal público-alvo visado, com a descrição das estratégias de mídia e critérios de seleção de meios a serem adotados pela campanha publicitária apresentada, demonstrando capacidade de atingir os públicos prioritários da estratégia de comunicação publicitária com no máximo 03 (três) folhas cada, em formato A4, com espaçamento de 2 (dois) cm das margens esquerda e direita a partir da borda, com fonte Arial 12 (doze) com espaçamento simples entre as linhas, incluindo, quando for o caso, o uso de tabelas;

6.4.4.1.2. Simulação do plano de veiculação de distribuição das peças de que trata o **subitem 6.4.3** acima, acompanhado de texto de, no máximo, uma folha em formato A4, com espaçamento de 02 (dois) cm das margens esquerda e direita a partir da borda, com fonte Arial 12 (doze) com espaçamento simples entre as linhas, explicitando o critério adotado.

6.4.4.1.2.1. Nessa simulação deverão constar informações sobre o período de distribuição das peças e /ou material, quantidades de inserção em veículos de comunicação, valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meio.

6.4.4.1.2.2. **A empresa licitante utilizará como referencial hipotético uma verba de R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais), incluindo nesse valor, criação, produção, veiculação, exposição e/ou distribuição da campanha.**

6.4.4.1.2.3. Fica a critério da licitante participante a definição do período de veiculação a ser considerado na simulação de mídia. Deverão ser apresentados, em separado, os custos de criação, produção e veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou



distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais e de veiculação.

- 6.4.4.2. O Plano de Comunicação da proposta da empresa licitante vencedora, a critério do SEBRAE- PE poderá ou não vir a ser produzido e veiculado, com ou sem modificações, durante a execução do contrato a ser assinado.

7. DA PROPOSTA TÉCNICA COMPLEMENTAR

- 7.1. A Proposta Técnica Complementar deve ser apresentada, pelas empresas interessadas, nessa Concorrência, contendo os elementos a seguir descritos, dentro do **ENVELOPE nº 03**, devidamente identificado:

AO SEBRAE / PE
A / C DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO
CONCORRÊNCIA Nº 001/ SEBRAE-PE /2022
AGÊNCIAS DE PROPAGANDA
ENVELOPE nº 03 - PROPOSTA TÉCNICA COMPLEMENTAR

7.2. REPERTÓRIO

- 7.2.1. Deverá ser apresentado em caderno específico em até 05 (cinco) laudas devidamente numeradas, rubricadas e assinadas pelo representante legal da empresa. A apresentação das peças e/ou material listados abaixo, com sua respectiva ficha técnica, nas quais será exposto sucintamente o problema que a peça se propõe resolver.

- 7.2.1.1. A apresentação em número inferior ao exigido implica na atribuição da pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas.

- 7.2.2. As peças deverão estar em arquivos (pen drive) e apresentadas na mesma ordem que se encontram no caderno.** Qualquer problema ou dificuldade no acesso a um arquivo digital deverá ser sinalizado pela subcomissão técnica no seu relatório sucinto e o arquivo será desprezado como conteúdo na etapa de avaliação. Fica a critério da licitante a nomeação dos arquivos digitais entregues nas propostas, desde que não haja qualquer símbolo, sinal ou outro mecanismo que remeta a identificação da licitante.

7.2.3. Deverão ser apresentadas as seguintes peças:

- 7.2.3.1. Até 04 (quatro) comerciais para televisão;
7.2.3.2. Até 02 (dois) spots e até 02 (dois) jingles para rádio;
7.2.3.3. Um conjunto de até 04 (quatro) anúncios destinados à mídia impressa;
7.2.3.4. Até dois tipos de folhetos, relatórios, jornais de empresa ou qualquer outro tipo de material impresso já usado como divulgação;
7.2.3.5. 01 (uma) campanha desenvolvida especificamente para redes sociais



7.2.4.O conjunto de trabalhos deve observar as seguintes regras:

- 7.2.4.1. A descrição do problema de comunicação para cuja solução a peça foi criada e produzida.
- 7.2.4.2. Cada peça publicitária do REPERTÓRIO deverá conter também identificação da empresa interessada, título, data ou período de veiculação e a indicação de pelo menos 02 (dois) veículos que a exibiram, excetuando-se folhetos e relatórios.
- 7.2.4.3. Os trabalhos apresentados não poderão fazer qualquer referência direta ou indireta ao SEBRAE-PE.

7.2.5.RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO (Case Histories)

- 7.2.5.1. Limitado a 02 (dois) relatos de, no máximo, 04 (quatro) laudas cada, em formato A4, com espaçamento de 02 (dois) cm das margens esquerda e direita a partir da borda, com fonte Arial 12 (doze) com espaçamento simples entre as linhas. Apresentação de 02 (duas) campanhas de propaganda completas desenvolvidas anteriormente pela licitante, com apresentação de relato dos problemas que cada campanha se propôs a resolver e os resultados alcançados, formalmente referendadas pelos anunciantes, que deverão assinar junto com a agência, atestando a veracidade do case.
- 7.2.5.2. **Observação: Não poderão se referir a ações de comunicação do SEBRAE/PE.**

7.2.6.POLÍTICA DE PREÇOS

- 7.2.6.1. Texto de, no máximo 02 (duas) laudas, em formato A4, em papel timbrado da empresa licitante, com espaçamento de 02 (dois) cm das margens esquerda e direita a contar da borda, com todas as folhas rubricadas e assinadas nos respectivos locais pelo seu representante legal, no qual a licitante explicita:
 - 7.2.6.1.1. Repasse de custos internos;
 - 7.2.6.1.2. Política de negociação de preços e condições de pagamento junto a fornecedores;
 - 7.2.6.1.3. Política de negociação de preços e condições de pagamento junto aos veículos, destacando-se itens com descontos e bonificações;
 - 7.2.6.1.4. Percentual sobre cachê original, atualizado monetariamente, a ser pago pelo SEBRAE-PE a profissionais, como atores ou modelos, na reutilização de peças por novos períodos iguais ao pactuado inicialmente; e
 - 7.2.6.1.5. Percentual da agência sobre outros serviços, tais como pesquisas, organização de eventos, avaliação de prova de gráfica para garantia da qualidade de impressão, etc.

7.2.7.OUTROS QUESITOS

- 7.2.7.1. A empresa interessada nesta licitação apresentará como parte indispensável de sua proposta técnica, uma declaração em que tratará da questão dos direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir, estabelecendo:
 - 7.2.7.1.1. Para os direitos de autoria intelectual (criação, textos, produção, direção, trilha sonora original, arte finalização e assemelhados), cessão definitiva ao SEBRAE-PE dos direitos patrimoniais de uso;
 - 7.2.7.1.2. Para os direitos de imagem (atores e modelos) e para o direito de uso de obras artísticas preexistentes (ou de sua reprodução), o licenciamento de uso durante o prazo de duração do contrato, com a definição de um percentual do cachê original ou da licença inicial de uso, conforme o caso;



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

7.2.8. CAPACIDADE E SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO –

7.2.8.1. Texto apresentado no formato A4, de até 20 (vinte) laudas, com espaçamento de 02 (dois) cm das margens esquerda e direita a partir da borda, com fonte Arial corpo 12 (doze), com espaçamento simples entre as linhas, devidamente numerados em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página, devendo constar:

7.2.8.1.1. Quantificação e qualificação dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de Atendimento, Planejamento, Criação, Produção online e offline, Mídia online e off-line, Analista de Dados (Business Intelligence), Administrativo-Financeiro, com a indicação caso a caso, da quantidade e qualidade dos profissionais que permanecerão à disposição do SEBRAE-PE, **não devendo, porém, ser identificados ou apresentados currículos;**

7.2.8.1.2. Sistemática de atendimento, discriminando as obrigações a serem cumpridas, pelo setor de atendimento da licitante, na execução do contrato, inclusive prazos a serem obedecidos, em condições normais de trabalho para criação de campanhas, elaboração de plano de mídia e apresentação de relatórios de business Intelligence;

7.2.8.1.3. Descrição sucinta da estrutura da agência: histórico da empresa, estrutura técnica e operacional para suprir as necessidades da conta a ser atendida, escritórios próprios, sua localização, número e quantificação e qualificação dos funcionários por unidade;

7.2.8.1.4. Acordos operacionais com outras agências - fora do âmbito dos escritórios da empresa interessada - visando à terceirização do atendimento a nível local.

8. DA PROPOSTA DE PREÇO

8.1. A proposta preço para a prestação dos serviços constantes deste Edital, de acordo com os valores para o custeio do objeto contratual indicado no item DO OBJETO, deverá ser apresentada no **ENVELOPE Nº 04**, lacrado e identificado da seguinte forma:

AO SEBRAE-PE
A / C DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO
CONCORRÊNCIA Nº 001/ SEBRAE-PE /2022
AGÊNCIAS DE PROPAGANDA
ENVELOPE nº 04 - PROPOSTA PREÇO
(RAZÃO SOCIAL DA EMPRESA)

8.2. DA PROPOSTA DE PREÇO DEVERÁ:

8.2.1. Razão Social e endereço da licitante, bem como os números de inscrição no CNPJ / MF, estadual ou municipal;

8.2.2. Ser impressa **digitada em 02 (duas) vias**, em papel timbrado de empresa licitante, sendo todas as folhas rubricadas e a última assinada pela licitante ou seu representante legal;



- 8.2.3. Ter as folhas numeradas seguidamente sem emendas, rasuras ou ressalvas;
- 8.2.4. Indicar os nomes e os cargos dos representantes da licitante que assinarão o Contrato;
- 8.2.5. Os endereços completos da sede da agência de propaganda e de seu escritório em RECIFE-PE, caso haja.
- 8.2.6. Ter indicação de que o prazo de validade da proposta não será inferior a 60 (sessenta) dias, contados da data marcada para o seu recebimento, ficando estabelecido que, em caso de omissão, será considerado esse prazo.
- 8.2.7. Percentual da agência sobre outros serviços, como pesquisas, por exemplo;
- 8.2.8. Honorários (% - por cento) sobre o preço comprovado, no caso dos serviços autorizados e executado por terceiros, excluídos os impostos incidentes sobre a operação;
 - 8.2.8.1. Neste item deve ser informado, também, os honorários sobre o preço cobrado pela gráfica, para avaliação de prova, em garantia da qualidade de impressão, limitado a 5% (cinco pontos percentuais);
- 8.2.9. Declaração de que os serviços executados pela própria Agência serão remunerados em valores de acordo com a Tabela Oficial do Sindicato das Agências de Propaganda de RECIFE-PE, sofrendo os reajustes sempre que aquela Tabela venha a ser alterada pela citada Entidade;
- 8.2.10. Declaração de que os custos de produção de publicidade legal não serão cobrados do SEBRAE-PE.
- 8.2.11. Condições de pagamento (como especificadas nas disposições do Contrato, que constitui anexo deste Edital).
- 8.2.12. A licitante deverá apresentar declaração indicando que as incidências fiscais e todos os demais encargos e custos inerentes à prestação de serviços que são objeto deste Edital correrão por conta da Contratada.

9. DOS DOCUMENTOS E DA ENTREGA

- 9.1. Os envelopes, fechados e lacrados, deverão ser entregues na data, hora e local determinado no preâmbulo deste Edital (item 01), por um sócio-diretor da licitante ou por seu representante legal, que deverá ser, para tanto, credenciado, através de carta ou por procuração.
- 9.2. Esta carta da licitante deverá conter, obrigatoriamente, o nome completo e o cargo ou função de apenas um representante junto ao SEBRAE-PE, com amplos poderes para a prática de todos os atos deste processo licitatório, e deverá ser apresentada apartada dos envelopes.
- 9.3. Caso a licitante venha a ser representada por qualquer de seus sócios-diretores, deverá apresentar documento que comprove ser esse sócio detentor de poderes para esta representação.
- 9.4. Não serão aceitos pela Comissão quaisquer documentos de habilitação e propostas, enviadas via postal, ou entregues por pessoa não credenciada, ou em local e hora diferentes dos fixados no preâmbulo deste Edital (item 01) ou, ainda, que cheguem às mãos da Comissão após a abertura do primeiro envelope da Licitação.
- 9.5. Os documentos de habilitação, e as propostas apresentadas em envelopes abertos ou sem identificação, de acordo com o estabelecido no presente Edital, não serão aceitos pela Comissão Permanente de Licitação.



10. DO PROCEDIMENTO LICITATÓRIO

- 10.1. As propostas técnicas (**Envelopes 01 e 03**) serão analisadas e julgadas por **Subcomissão Técnica, constituída por 03 (três) membros** que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o SEBRAE-PE.
- 10.2. A escolha dos membros da **subcomissão técnica** dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre 09 (nove) profissionais previamente cadastrados que constarão de uma relação contendo 03(três) profissionais dos quadros do SEBRAE-PE e 06(seis) profissionais sem vínculo com o SEBRAE-PE;
- 10.2.1. A **subcomissão técnica** será composta por 03(três) membros, sendo pelo menos 02 (dois) deles, profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o SEBRAE-PE.
- 10.3. A relação dos nomes referidos no subitem anterior será publicada em jornal de grande circulação na cidade do Recife-PE, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.**
- 10.4. Para os fins do cumprimento desta disposição, até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio dos membros da **subcomissão técnica**, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o **subitem 10.3.**, mediante fundamentos jurídicos plausíveis.
- 10.5. Admitida a impugnação, o profissional impugnado terá o direito de abster-se de atuar na **subcomissão técnica**, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.
- 10.6. A abstenção do profissional impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da Diretora Administrativa e Financeira, implicará se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado.
- 10.7. A sessão pública será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto (em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio) e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.
- 10.8. O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da subcomissão técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o SEBRAE-PE.
- 10.9. Os integrantes da Subcomissão Técnica não participarão da sessão pública de recebimento e abertura dos invólucros com as propostas técnicas e de preços.
- 10.10. O invólucro padronizado com a via não identificada do plano de comunicação publicitária (Envelope 01 – Proposta Técnica) só será recebido pela Comissão Permanente de Licitação se não apresentar marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a **Agência**.
- 10.11. A Comissão Permanente de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca no invólucro padronizado nem nos documentos que compõem a via não identificada do plano de comunicação publicitária (Envelope 01 – Proposta Técnica).
- 10.12. Os trabalhos da Comissão Permanente de Licitação – CPL serão iniciados, em sessão pública, com a identificação e o credenciamento do representante legal da **Agência**, no local, data e hora que consta do preâmbulo do Edital (item 01), sendo recebidos, neste momento, os envelopes numerados, contendo:
- 10.12.1. **Envelope nº 01** – Contendo a **proposta técnica não identificada**;
- 10.12.2. **Envelope nº 02** – Contendo a **proposta técnica para identificação de autoria**;
- 10.12.3. **Envelope nº 03** – Contendo a **proposta técnica complementar**.
- 10.12.4. **Envelope 04** – Contendo a **proposta de preços**;



- 10.12.5. **Envelope 05** – Esse envelope contendo os **documentos de habilitação** não será apresentado de imediato e só será exigido da **Agência** melhor pontuada no processo final, ou seja, depois da análise técnica e de preço e respectiva pontuação.
- 10.13. Somente será credenciado um representante para cada **Agência** interessada nesse processo, com poderes legais para representá-la.
- 10.13.1. Outro representante não credenciado junto ao SEBRAE-PE poderá participar da sessão pública como ouvinte, não lhe sendo permitido: rubricar ou assinar documentos, ou fazer qualquer observação em Ata.
- 10.14. Ao encerramento de qualquer das sessões, será lavrada Ata de reunião, para assentamento de fatos relevantes que ocorram, a qual deverá ser assinada pelos membros da CPL e pelos representantes credenciados das **Agências** presentes.
- 10.15. Toda e qualquer declaração de representante credenciado de Agência deverá constar de Ata. Não terá validade qualquer reclamação posterior sobre assuntos relacionados com a sessão respectiva que não tiverem registro na referida Ata.
- 10.16. Nenhuma alteração ou complementação de propostas técnicas e de preços ou da documentação de habilitação será aceita após seu recebimento, ressalvados eventuais esclarecimentos que venham a ser solicitados, a qualquer tempo, pelo SEBRAE-PE.
- 10.17. As propostas e a documentação que as acompanham tornar-se-ão propriedade do SEBRAE-PE salvo o **REPERTÓRIO**, que **será devolvido** no prazo máximo de 45 (quarenta e cinco) dias, contados da homologação da licitação.
- 10.18. A CPL FARÁ:**
- 10.18.1. Recebimento dos invólucros:**
- 10.18.1.1. (**Envelope 01**) contendo **a via não identificada do plano de comunicação** (proposta técnica), o qual será aberto de imediato e a proposta técnica será vista por todos os presentes.
- 10.18.1.1.1. O **Envelope 02** com a **via identificada da proposta técnica** será visto em seus fechos por todos os presentes à sessão pública, e ficará em poder da CPL para posterior abertura, com a finalidade de identificar a autoria do plano de comunicação em momento oportuno.
- 10.18.1.2. (**Envelope 03**) contendo a **proposta técnica complementar**, o qual também será aberto de imediato. A proposta técnica complementar será vista por todos os presentes;
- 10.18.1.3. (**Envelope 04**) contendo a **proposta de preços**. Esse envelope será aberto em momento oportuno; será visto, por todos os presentes à sessão pública, em seus fechos, e ficará em poder da CPL;
- 10.18.2. O encaminhamento das propostas técnicas à subcomissão técnica para análise e julgamento, adotando os seguintes procedimentos:
- 10.18.2.1. Análise individualizada e julgamento do plano de comunicação publicitária, desclassificando-se as que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório;
- 10.18.2.2. Elaboração de ata de julgamento do plano de comunicação publicitária e encaminhamento à Comissão Permanente de Licitação, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;
- 10.18.2.3. Análise individualizada e julgamento dos quesitos referentes às informações de que trata os **itens 06 e 07**, desclassificando-se as que desatenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas neste Edital e TR;



- 10.18.2.4. Elaboração de ata de julgamento dos quesitos mencionados nos **itens 06 e 07** do Edital, e encaminhamento à CPL, juntamente com as propostas técnicas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;
- 10.18.2.5. A subcomissão técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos neste Edital;
- 10.18.3. Realizar sessão pública para apuração do resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos:
- 10.18.3.1. Abertura dos invólucros com a via identificada do plano de comunicação publicitária;
- 10.18.3.2. Cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do plano de comunicação publicitária, para identificação de sua autoria;
- 10.18.3.3. Elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica;
- 10.18.3.4. Proclamação do resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;
- 10.18.3.5. Publicação do resultado do julgamento das propostas técnicas, com a indicação dos proponentes desclassificados e da ordem de classificação organizada com o nome das **Agências**;
- 10.18.4. Em sessão pública, com a presença da CPL e representantes das **Agências**, serão abertos os envelopes contendo as propostas de preços das **Agências** classificadas.
- 10.18.5. Em sessão privada, a CPL fará a atribuição de pontos, como previstos no edital para a conclusão final da pontuação e classificação geral das **Agências**;
- 10.18.6. Publicação, através de e-mail, do resultado do julgamento final das propostas, **abrindo-se prazo de 05(cinco) dias úteis para interposição de recurso**.
- 10.18.6.1. Transcorrido o prazo sem interposição de recurso, ou tenha havido desistência expressa, ou após o julgamento dos recursos interpostos, a CPL fará, em sessão pública, o recebimento do invólucro contendo os documentos de habilitação da **Agência** que obtiver a maior pontuação, devidamente convocada, para fins de verificação de habilitação no processo.
- 10.18.6.1.1. Os documentos serão conferidos pela CPL que os rubricará juntamente com os representantes das **Agências**, ficando à disposição dos interessados para exame e eventual manifestação.
- 10.18.6.2. A Agência de maior pontuação, habilitada, será declarada vencedora da Concorrência. No caso de inabilitação será convocada a 2ª Agência classificada para mesmo procedimento.
- 10.18.7. Reconhecida a habilitação da **Agência** melhor pontuada, será homologado o procedimento e adjudicado o objeto licitado para a referida **Agência**.

11. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

- 11.1. As **Agências** serão classificadas pela ordem decrescente do número de pontos aferidos, de acordo com a aplicação da fórmula a seguir, atendida as condições e exigências do TR/Edital:

**11.1.1. Método de cálculo:**

- 11.1.1.1. Pontos aferidos = (Pontuação Técnica) x 0,85
 11.1.1.2. **(+)** (Pontuação de Preço) x 0,15
 11.1.2. A pontuação técnica é o somatório das notas atribuídas a cada quesito técnico;
 11.1.3. A pontuação de preço será obtida de conformidade com o quadro abaixo:
 11.1.3.1. Quesito relativo aos honorários da agência, calculados sobre o preço comprovado no caso dos serviços autorizados e executados por terceiros, excluídos os impostos incidentes sobre a operação (**subitem 8.2.8 e 8.2.8.1**);
 11.1.3.2. Percentual de redução sobre os PREÇOS REFERENCIAIS da listagem com valores sugeridos pelo SINAPRO/PE:

Percentual ofertado	Pontuação
20%	00 – Pontos
19%	50 – Pontos
18%	60 – Pontos
17%	70 – Pontos
16%	80 – Pontos
15%	100 – Pontos

- 11.1.3.3. Serão julgadas pela Subcomissão Técnica (ST), a **Proposta Técnica** apresentada em papel sem timbre (**SEM IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA CONCORRENTE**), os quesitos abaixo, com a indicação dos valores máximos atribuíveis a cada quesito para o cálculo da pontuação técnica.

QUESITOS	VALORES MÁXIMOS
RACIOCÍNIO BÁSICO	10 - PONTOS
ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	10 - PONTOS
IDÉIA CRIATIVA	20 - PONTOS
ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	10 - PONTOS
PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA	50 - PONTOS

- 11.1.3.4. Também serão julgadas pela **Subcomissão Técnica**, a **Proposta Técnica Complementar** apresentada em papel timbrado, os quesitos abaixo, com a indicação dos valores máximos atribuíveis a cada quesito para o cálculo da pontuação técnica.

QUESITOS	VALORES MÁXIMOS
POLÍTICA DE PREÇOS	20 – PONTOS
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	20 – PONTOS
REPERTÓRIO	05 – PONTOS
RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO	05 – PONTOS
PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA COMPLEMENTAR	50 – PONTOS

- 11.1.3.5. Para efeito de pontuação da Proposta Técnica (**SEM A INDICAÇÃO DE AUTORIA**) e com base nas informações do briefing, serão considerados os seguintes atributos:

11.1.3.5.1. NA AVALIAÇÃO DO RACIOCÍNIO BÁSICO:**11.1.3.5.1.1. A compreensão:**

- 11.1.3.5.1.1.1. Das características do SEBRAE-PE e das suas atividades significativas para a comunicação publicitária;
 11.1.3.5.1.1.2. Da natureza, extensão e qualidade das relações do SEBRAE-PE com o seu público-alvo e do papel do SEBRAE-PE no atual contexto social, político e econômico;



- 11.1.3.5.2. **NA AVALIAÇÃO DAS ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA:**
- 11.1.3.5.2.1. **A adequação do conceito** proposto ao SEBRAE-PE, em conformidade com suas características e problemas, conforme definições do briefing;
 - 11.1.3.5.2.2. **Os desdobramentos** positivos propiciados por esse conceito para a comunicação do SEBRAE-PE com seus públicos;
 - 11.1.3.5.2.3. **A consistência** lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do conceito;
 - 11.1.3.5.2.4. **O espectro de conceitos** descartados e a lógica e pertinência da argumentação empregada nesse descarte.
- 11.1.3.5.3. **NA AVALIAÇÃO DAS IDÉIAS CRIATIVAS:**
- 11.1.3.5.3.1. **Sua adequação** aos objetivos estratégicos e de comunicação do SEBRAE-PE, conforme definido no briefing;
 - 11.1.3.5.3.2. **A multiplicidade de leituras** que comporta;
 - 11.1.3.5.3.3. **A cobertura dos segmentos de público** contemplada por essa multiplicidade de leituras;
 - 11.1.3.5.3.4. **A originalidade e simplicidade** da ideia criativa e a inventividade do uso das mídias;
 - 11.1.3.5.3.5. **A qualidade criativa** das peças apresentadas;
 - 11.1.3.5.3.6. **Os desdobramentos** comunicativos que propicia, segundo os exemplos de peças apresentados.
- 11.1.3.5.4. **NA AVALIAÇÃO DAS ESTRATÉGIAS DE MÍDIA E NÃO MÍDIA:**
- 11.1.3.5.4.1. **O conhecimento** dos hábitos de leitura e de audiência do público prioritário;
 - 11.1.3.5.4.2. **A capacidade de análise** desses hábitos, em função dos objetivos de comunicação do SEBRAE-PE;
 - 11.1.3.5.4.3. **A compatibilidade** do plano simulado de distribuição das peças com as duas alíneas anteriores;
 - 11.1.3.5.4.4. **A economicidade** da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças.
- 11.1.3.6. Para efeito de pontuação da Proposta Técnica Complementar e com base nas informações do briefing, serão considerados os seguintes atributos:
- 11.1.3.6.1. **NA AVALIAÇÃO DA POLÍTICA DE PREÇOS:**
- 11.1.3.6.1.1. **A redução** do repasse dos custos internos ao SEBRAE-PE;
 - 11.1.3.6.1.2. **As garantias de vantagens** oferecidas ao SEBRAE-PE **na negociação** de preços e condições de pagamento a **fornecedores**;
 - 11.1.3.6.1.3. **As garantias de vantagens** oferecidas ao SEBRAE-PE **na negociação** de preços e condições de pagamento a **veículos**;
 - 11.1.3.6.1.4. **As garantias de negociações de reaplicações**, com indicações precisas das proporções a serem concedidas.
- 11.1.3.6.2. **NA AVALIAÇÃO DA CAPACIDADE DE ATENDIMENTO:**
- 11.1.3.6.2.1. No que diz respeito à **qualificação dos profissionais** a serem alocados para execução do contrato;
 - 11.1.3.6.2.2. O **tempo de experiência** na função e o tempo de experiência profissional em áreas afins com as características e a atuação do SEBRAE-PE;
 - 11.1.3.6.2.3. **Adequação das qualificações** às estratégias de comunicação publicitária propostas, considerada também neste caso a quantificação dos quadros;
 - 11.1.3.6.2.4. A **qualidade dos profissionais** sediados em RECIFE-PE;



11.1.3.6.2.5. **A participação** comprovada em campanhas consideradas bem-sucedidas pelo anunciante.

11.1.3.6.3. **NO QUE DIZ RESPEITO À SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO:**

11.1.3.6.3.1. **A operacionalidade** do relacionamento entre o SEBRAE-PE e a licitante, esquematizado na proposta;

11.1.3.6.3.2. **O grau de liberdade** conferido ao SEBRAE-PE na determinação das melhores propostas de fornecedores.

11.1.3.6.4. **NO QUE DIZ RESPEITO À QUANTIFICAÇÃO DE EQUIPAMENTOS E PROCESSOS:**

11.1.3.6.4.1. **Descrição dos equipamentos** de informática e dos softwares usados para atender os serviços, bem como das sistemáticas de trabalho.

11.1.3.6.5. **NA AVALIAÇÃO DO REPERTÓRIO:**

11.1.3.6.5.1. **A concepção (ideia criativa) revelada pelo licitante** no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção, pertinência, clareza, qualidade da execução e do acabamento.

11.1.3.6.6. **NA AVALIAÇÃO DOS RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO:**

11.1.3.6.6.1. **O planejamento**, a concatenação lógica, as relações de causa e efeito e a apreciação consistente dos resultados alcançados.

11.2. Encerrada a fase de julgamento das Propostas Técnicas, e com seus itens / subitens devidamente pontuados, conforme relatório circunstanciado e conclusivo, a CPL convocará os licitantes para fins de comunicação do resultado dessa fase, e identificação de autoria.

11.2.1. As **Agências** farão a comprovação da autoria, através de mídia eletrônica (DVD / pen drive), demonstrando a síntese da estratégia de comunicação publicitária, na forma de redução da respectiva mensagem, acompanhada de exemplo de peça que a corporifique objetivamente, apresentada sob as seguintes formas: roteiro com texto digitado, leiautes, storyboards, spot ou jingle para rádio, roteiro de vídeo, folder ou outdoor, produzido e apresentado.

11.2.2. Caso duas ou mais propostas obtenham a mesma pontuação, o critério de desempate será por sorteio, em ato público, para o qual todas as **Agências** serão convocadas, devendo participar 01 (um) representante devidamente credenciado de cada **Agência** em posição de empate, devendo ser lavrada Ata para registro de fatos relevantes e do resultado do sorteio.

11.2.3. Serão desclassificadas as propostas que não atenderem às exigências do ato convocatório.

11.2.4. A **Agência** que obtiver o maior número total de pontos (pontuação técnica e de preço) será a vencedora do certame licitatório.



12. DA IMPUGNAÇÃO AO ATO CONVOCATÓRIO

- 12.1. Qualquer pessoa poderá solicitar esclarecimentos, providências ou impugnar o ato convocatório até 02 (dois) dias úteis antes da data fixada para recebimento das propostas.
- 12.2. A apresentação de impugnação contra o presente Edital será processada e julgada na forma do Regulamento de Licitações e de Contratos do Sistema SEBRAE (RLCSS), devendo ser entregue diretamente na UABS – Unidade de Aquisição de Bens e Serviços – Licitações, com o uso de protocolo;
- 12.3. Caberá a CPL decidir sobre a petição no prazo de 24 (vinte e quatro) horas e comunicar aos demais interessados;
- 12.4. Acolhida a petição contra o ato convocatório, se necessário, será designada nova data para a realização do certame;
- 12.5. A não impugnação do ato convocatório implicará na plena aceitação, por parte dos interessados, de todas as condições estabelecidas;

13. DOS RECURSOS

- 13.1. Declarado o vencedor, qualquer licitante poderá manifestar de imediata a intenção de recorrer, quando lhe será concedido o prazo 05 (cinco) dias úteis para apresentação das razões do recurso;
- 13.2. O licitante que puder vir a ter a sua situação efetivamente prejudicada em razão de recurso interposto poderá sobre ele se manifestar no mesmo prazo recursal, prazo esse que correrá a partir da comunicação da interposição do recurso;
- 13.3. Os recursos serão julgados no prazo de até 10 (dez) dias úteis, contados da data final para sua interposição, pela autoridade competente, o Diretor Administrativo Financeiro ou por quem esta delegar competência;
- 13.4. Os recursos terão efeito suspensivo (Art. 24 do Regulamento de Licitações e Contratos do Sistema SEBRAE);
- 13.5. O provimento de recursos pela autoridade competente importará na invalidação apenas dos atos insuscetíveis de aproveitamento;
- 13.6. Os autos do processo poderão ser disponibilizados pela CPL através do e-mail cplsebraepe@gmail.com mediante solicitação;
- 13.7. A falta de manifestação imediata da licitante de recorrer, contra os atos praticados pela Comissão Permanente de Licitação importará na decadência do direito de recurso.
- 13.8. Decorrido o prazo para interposição de recurso previsto no Art. 22, do Regulamento de Licitações e de Contratos do Sistema SEBRAE (prazo de 05 [cinco] dias úteis), sem a interposição, a manifestação formal do interessado, ou havendo desistência expressa de todas as licitantes, a Comissão Permanente de Licitação realizará os procedimentos de sua alçada para fins de homologação e adjudicação da licitação.

14. DA EXECUÇÃO

- 14.1. A administração enviará o contrato para a licitante vencedora assinar eletronicamente, devendo este ser assinado dentro do prazo máximo de 03(três) dias úteis contados do envio por e-mail, sob pena de decair o direito à contratação;
- 14.2. No caso de a licitante vencedora não assinar o instrumento contratual dentro do prazo estabelecido no subitem anterior, poderá a administração convocar as licitantes remanescentes, obedecendo à ordem de classificação do certame, para que executem o objeto da licitação, respeitando o preço definido como o de menor preço e vantajoso para o objeto da licitação;
- 14.3. A licitante vencedora deste certame assumirá integral responsabilidade por quaisquer danos que em decorrência da execução do contrato correspondente,



venham a ser causado ao SEBRAE / PE ou a terceiros, isentando o SEBRAE / PE de qualquer responsabilidade;

- 14.4. A execução do contrato é regida pelas suas cláusulas, pelos princípios da teoria geral de contratos e especialmente o Regulamento de Licitações e de Contratos do Sistema SEBRAE;
- 14.5. A licitante vencedora se obriga a manter durante toda a execução contratual, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação;
- 14.6. São de inteira responsabilidade da contratada todas as obrigações pelos encargos previdenciários, fiscais, trabalhistas e comerciais resultantes dos serviços;
- 14.7. A contratada se responsabilizará, ainda, por todas as despesas oriundas do Contrato, assim como por eventuais danos ou prejuízos causados a terceiros ou ao SEBRAE / PE, resultantes de sua culpa, dolo ou dos seus prepostos na execução do fornecimento.

15. DA GARANTIA CONTRATUAL

- 15.1. A licitante vencedora deverá prestar garantia de 5% (cinco por cento) do valor total do Contrato, no prazo de 15 (quinze) dias, após sua assinatura, mediante caução em dinheiro, fiança bancária ou seguro-garantia;
- 15.2. A **garantia** prestada pela contratada, responderá pelas multas que venham a ser aplicada, em decorrência de inadimplemento e/ou penalidade, e somente será levantada/liberada depois do término do contrato, desde que integralmente cumpridas todas as obrigações previstas no instrumento.
- 15.3. Havendo revisão do valor contratado ou alteração que implique no aumento quantitativo do objeto do contrato, o valor da **garantia** deverá ser complementado em igual proporção;
- 15.4. Em caso de fiança bancária, na carta de fiança deverá constar expressa renúncia, pelo fiador, dos benefícios do art. 827 do Código Civil Brasileiro, e conter cláusula de atualização;
- 15.5. Se o valor da **garantia** for utilizado em pagamento de qualquer obrigação, inclusive indenização a terceiros, de forma que não mais represente 5% (cinco por cento) do valor total do Contrato, a Contratada se obriga a fazer a respectiva reposição, no prazo máximo de 72 (setenta e duas) horas, a contar da data em que foi notificada pelo SEBRAE-PE;
- 15.6. A **garantia** será liberada ou restituída no prazo de 60 (sessenta) dias, após o encerramento do contrato, desde que:
 - 15.6.1. Não tenha ocorrido a penalidade prevista no item que trata das Sanções pelo inadimplemento;
 - 15.6.2. A empresa esteja isenta de qualquer obrigação e ou penalidade;
 - 15.6.3. A empresa tenha comprovado o pagamento de todas as obrigações fiscais, trabalhistas e previdenciárias relacionadas com os serviços contratados;

16. DA HOMOLOGAÇÃO E DA ADJUDICAÇÃO

- 16.1. Declarado o licitante vencedor, a comissão de licitação encaminhará o processo à Diretoria Executiva do SEBRAE-PE a quem compete a homologação do processo e adjudicação do objeto ao licitante vencedor.



17. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

17.1. As despesas com a execução do presente Contrato, sob demanda, correrão à conta do Projeto/Atividade: Gestão da Comunicação e Imprensa; Ação Planejamento e Desenvolvimento de Campanhas Publicitárias.

18. DAS PENALIDADES

18.1. À empresa vencedora que convocada, dentro do prazo estabelecido, para assinar o contrato e não o fizer, poderá ser aplicada, conforme o caso, as seguintes sanções, sem prejuízo da reparação dos danos causados:

18.1.1. Advertência;

18.1.2. Multa;

18.1.3. Suspensão temporária de licitar ou contratar com o Sistema SEBRAE pelo prazo de até 02 (dois) anos.

18.2. Da aplicação das penas definidas neste item, caberá recurso no prazo de 05 (cinco) dias úteis da intimação do ato.

18.3. Pela inexecução total ou parcial das obrigações assumidas, a Administração poderá aplicar à CONTRATADA as seguintes penalidades

OCORRÊNCIA	PENALIDADE
a) Quando se tratar de infração leve, a juízo da fiscalização, no caso de descumprimento das obrigações e responsabilidades assumidas ou, ainda, no caso de outras ocorrências que possam acarretar prejuízos ao SEBRAE/PE, desde que não caiba a aplicação de sanção mais grave.	Advertência escrita.
b) Pela reincidência do mesmo motivo que originou a aplicação da penalidade "Advertência".	Multa de 2% (dois por cento) sobre o valor contratual.
c) Pelo retardamento injustificado na execução do serviço.	Multa de 0,33% (trinta e três décimos por cento) sobre o valor contratual, por dia de mora. Decorridos 30 (trinta) dias de atraso, o SEBRAE/PE poderá decidir pela continuidade da multa ou pela rescisão do contrato e cancelamento do contrato, combinada com a pena de suspensão de licitar ou contratar com o Sistema SEBRAE pelo prazo de até 02 (dois) anos.
d) Pela reincidência por mais de 02 (duas) vezes no retardamento injustificado na execução do serviço.	Multa de 0,5% (meio por cento) sobre o valor contratual, por dia de mora. Decorridos 30 (trinta) dias de atraso, o SEBRAE/PE poderá decidir pela continuidade da multa ou pela rescisão do contrato e cancelamento do contrato, combinada com a pena de suspensão de licitar ou contratar com o Sistema SEBRAE pelo prazo de até 02 (dois) anos.



e) No caso de inadimplemento total das obrigações.	Cancelamento do contrato e suspensão do direito de licitar ou contratar com o Sistema SEBRAE pelo prazo de até 02 (dois) anos.
--	--

- 18.4. Serão considerados injustificados os atrasos não comunicados tempestivamente, ou indevidamente fundamentados. A aceitação da justificativa ficará a critério do Contratante.
- 18.5. Sempre que não houver prejuízo para o Contratante, as penalidades impostas poderão a seu critério ser relevadas ou transformadas em outras de menor sanção.
- 18.6. As penalidades acima poderão ser aplicadas cumulativamente, sem prejuízo de demais medidas judiciais cabíveis, no entanto as multas não poderão exceder a 5% (cinco por cento) do valor do contrato.
- 18.7. As multas deverão ser recolhidas dentro do prazo de 10 (dez) dias da data da intimação, não o fazendo a respectiva importância será automaticamente descontada da fatura a que fizer jus, ou ainda, quando for o caso, cobrada judicialmente.
- 18.8. Ficará impedida de licitar e contratar com o Sistema SEBRAE, por período de até 02 (dois) anos, sem prejuízo da aplicação de outras penalidades, a empresa que:
- 18.8.1. Apresentar documentos falsos ou falsificados;
 - 18.8.2. Praticar atos ilícitos visando frustrar o objetivo do Contrato;
 - 18.8.3. Cometer falhas ou fraudes na execução do Contrato;
 - 18.8.4. For condenada definitivamente pela prática dolosa de fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;
 - 18.8.5. Praticar atos ilícitos, demonstrando não possuir idoneidade para contratar com o Sistema SEBRAE.
- 18.9. O cometimento de irregularidades na execução do contrato administrativo sujeitará o particular à aplicação de sanções administrativas, nos termos do contrato. A CONTRATADA será notificada por correspondência, através de Aviso de Recebimento, a ser juntado ao respectivo processo administrativo.
- 18.10. Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo que assegure defesa prévia do interessado, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar da comunicação expressa do CONTRATANTE, e recurso nos prazos definidos em lei, sendo-lhe franqueada vista do processo.
- 18.11. As multas não têm caráter indenizatório e seu pagamento não eximirá a CONTRATADA de ser acionada judicialmente, pela responsabilidade civil derivada de perdas e danos junto ao SEBRAE/PE, decorrente das infrações cometidas.

19. DISPOSIÇÕES FINAIS

- 19.1. A simples participação na presente licitação evidencia ter a licitante, que se candidata, examinado cuidadosamente o TR, Briefing e o edital e seus anexos, se inteirado de todos os seus detalhes e com eles haver concordado.
- 19.2. O SEBRAE-PE 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 dos serviços à licitante vencedora.
- 19.3. É facultado, ao Presidente da Comissão Permanente de Licitação 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 proposta.
- 19.4. O SEBRAE/PE poderá transferir ou cancelar a presente licitação, por interesse público, e deverá anulá-la por ilegalidade, sempre em despacho fundamentado, sem a obrigação, por isso de qualquer indenização;
- 19.5. As licitantes são responsáveis, em qualquer época, pela fidelidade e legitimidade das informações constantes dos documentos apresentados.



- 19.6. É vedada a inclusão de documento ou informação que deveria ter sido anteriormente apresentado.
- 19.7. A participação na presente licitação importa na aceitação integral e irretratável das normas contidas neste Edital, bem como a observância do disposto no Regulamento de Licitação e de Contratos do Sistema SEBRAE.
- 19.8. Em caso de dúvida, podem ser solicitados esclarecimentos à Comissão Permanente de Licitação, exclusivamente através de e-mail até 03 (três) dias úteis antes da data prevista para a sessão de recebimento das propostas.
- 19.9. As decisões referentes à habilitação, aos julgamentos e aos recursos serão comunicadas diretamente aos licitantes e lavradas em ata, se presentes seus prepostos no ato em que for adotada a decisão, ou por comunicação através de e-mail;
- 19.10. O foro de Recife/PE, será o competente para dirimir as questões oriundas desta licitação e da relação jurídica dela decorrente.
- 19.11. As normas que disciplinam esta licitação serão sempre interpretadas em favor da ampliação da disputa entre os proponentes, desde que não comprometam o interesse do SEBRAE/PE, a finalidade e a segurança da contratação.
- 19.12. Os casos omissos deste edital serão resolvidos pela Comissão Permanente de Licitação do SEBRAE/PE, com a aplicação das disposições do Regulamento de Licitações e de Contratos do Sistema SEBRAE.
- 19.13. A CPL, no interesse público, poderá sanar, relevar omissões ou erros puramente formais observados na documentação e proposta, desde que não contrariem a legislação vigente e não comprometa a lisura da licitação, sendo possível a promoção de diligência destinada a esclarecer ou a complementar a instrução do processo;
- Recife, 01 de maio de 2022.

A O CASTRO
Presidente da CPL



**ANEXO I - CONCORRÊNCIA Nº 001/SEBRAE-PE/2022 - Termo de Referência –
Agência de Publicidade**

1. DO OBJETO

- 1.1. O presente Termo de Referência (TR) tem por objeto o estabelecimento das condições mínimas visando selecionar propostas de prestação de serviços publicitários, apresentados por agências de propaganda (**agência**), para contratação pelo SEBRAE-PE, englobando o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna / produção, a veiculação, a intermediação, a supervisão da execução externa, a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, na forma do briefing anexo do presente TR, visando promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.
- 1.2. O valor global estimado para custeio do objeto contratual a ser pago pelos serviços de publicidade será de **R\$ 4.200.000,00 (quatro milhões e duzentos mil reais)**.
 - 1.2.1. Esse valor poderá ser revisto nos casos de alteração na política econômica e / ou de revisão no orçamento do SEBRAE-PE.
 - 1.2.2. Constitui-se, a estimativa de **R\$ 4.200.000,00 (quatro milhões e duzentos mil reais)**, em mera previsão dimensionada, não estando o SEBRAE-PE obrigado a realizá-la em sua totalidade, e não cabendo à Contratada o direito de pleitear qualquer tipo de reparação, portanto, o SEBRAE-PE se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a verba prevista.
- 1.3. Os serviços de publicidade serão contratados de agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento do CENP – Conselho Executivo de Normas Padrão.
- 1.4. O certificado de qualificação técnica de funcionamento previsto poderá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas- Padrão - CENP, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.
- 1.5. A agência a ser contratada nas condições deste Termo de Referência só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e por ordem do SEBRAE-PE, se previamente os identificar e tiver sido expressamente autorizada.
- 1.6. Nas contratações de serviços de publicidade, poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:
 - 1.6.1. Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas;
 - 1.6.1.1. As pesquisas e avaliações terão a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato.
 - 1.6.1.1.1. É vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade;
 - 1.6.2. À produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
 - 1.6.3. À criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.



1.6.4. Nos serviços de publicidade fica **vedada a inclusão**, em especial, as atividades de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto no Regulamento de Licitações e de Contratos do Sistema SEBRAE.

2. DO LOCAL DA PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS

- 2.1. O atendimento da agência de publicidade (**agência**) ao SEBRAE-PE - deverá ser feito no edifício sede do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Pernambuco – SEBRAE-PE, com endereço na Rua Tabaiaras, 360 - Bairro da Ilha do Retiro - RECIFE-PE.
- 2.2. Em eventual necessidade, poderão ocorrer reuniões nas Unidades Regionais do SEBRAE-PE. Caso isso venha a ocorrer, a **agência** será avisada com a antecedência mínima de 07 dias corridos, e as despesas de traslado, hospedagem e alimentação (dentro das regras praticadas com contratos no SEBRAE-PE) serão cobertas pelo SEBRAE-PE.
 - 2.2.1. Não caberá à **agência** a decisão de visita ou viagem sem o conhecimento e aprovação prévia da Unidade de Marketing e Comunicação (**UMC**). Cabendo a esta Unidade a identificação da necessidade, o convite e a aprovação de visitas/viagens.

3. DA PROPOSTA TÉCNICA

- 3.1. A Proposta Técnica deverá ser apresentada sem nenhuma identificação da proponente e acondicionada em **ENVELOPE SEM TIMBRE** – na cor branca, em papel A4 tamanho 24 X 33 cm, fechado e identificado (com letra ARIAL 12 com Fonte na cor preta).
 - 3.1.1. (ESSE ENVELOPE, NÃO DEVE TRAZER QUALQUER IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA INTERESSADA NO PROCESSO DE CONTRATAÇÃO, OU SEJA: MARCA / SINAL / ETIQUETA OU QUALQUER OUTRO ELEMENTO CAPAZ DE IDENTIFICAR A EMPRESA PROPONENTE).
 - 3.1.2. É vedada a identificação da PROPONENTE em todo o conteúdo da Proposta Técnica (qualquer tipo de identificação, inclusive etiquetas), devendo ser essa proposta apresentada em envelope devidamente lacrado **SEM IDENTIFICAÇÃO**.
 - 3.1.3. Havendo qualquer tipo de identificação na Proposta Técnica, a proponente ficará impedida de participar do certame, registrando-se o ocorrido em Ata.
- 3.2. A Proposta Técnica deverá ser apresentada nos moldes de um **Plano de Comunicação publicitária**, elaborada com base no **Briefing** (anexo deste TR), e de um conjunto de informações referentes ao proponente, o qual compreenderá os quesitos previstos no edital.

4. DA PROPOSTA TÉCNICA COMPLEMENTAR

- 4.1. A Proposta Técnica Complementar deverá ser apresentada pelas **Agências** interessadas, nessa Concorrência, contendo os elementos descritos no edital, dentro do **ENVELOPE nº 03**, devidamente identificado.

5. DA PROPOSTA DE PREÇO

- 5.1. A proposta preço para a prestação dos serviços constantes deste Termo de Referência deverá ser apresentada de acordo com os valores para o custeio do objeto contratual indicada no item DO OBJETO, apresentada no **ENVELOPE Nº 04**, lacrado e identificado.



5.2. DA PROPOSTA DE PREÇO DEVERÁ:

- 5.2.1. Constar a razão social e endereço da **Agência**, bem como os números de inscrição no CNPJ / MF, estadual ou municipal;
- 5.2.2. Ser apresentada impressa **digitada em 02 (duas) vias**, em papel timbrado da **Agência**, com todas as folhas rubricadas e a última assinada pelo seu representante legal. Ter as folhas numeradas seguidamente sem emendas, rasuras, entrelinhas ou ressalvas;
- 5.2.3. Indicar os nomes e os cargos dos representantes da licitante que assinarão o Contrato;
- 5.2.4. Informar o endereço completo da sede da **Agência** e de seu escritório em RECIFE-PE, caso não seja o mesmo.
- 5.2.5. Ter indicação de que o prazo de validade da proposta não será inferior a 60 (sessenta) dias, contados da data marcada para o seu recebimento, ficando estabelecido que, em caso de omissão, será considerado esse prazo.
- 5.2.6. Informar os Honorários (% - por cento) sobre o preço comprovado, no caso dos serviços autorizados e executado por terceiros, excluídos os impostos incidentes sobre a operação;
- 5.2.7. Declaração de que os serviços executados pela própria **Agência** serão remunerados em valores de acordo com a **Tabela Oficial do Sindicato das Agências de Propaganda de RECIFE-PE**, sofrendo os reajustes sempre que aquela Tabela venha a ser alterada pela citada Entidade;
- 5.2.8. Declaração de que os custos de produção de publicidade legal não serão cobrados do SEBRAE-PE.
- 5.2.9. Condições de pagamento (como especificadas nas disposições do Contrato, que constitui anexo deste Edital).
- 5.2.10. A **Agência** deverá apresentar declaração indicando que as incidências fiscais e todos os demais encargos e custos inerentes à prestação de serviços que são objeto deste TR correrão por conta da Contratada.

6. DOS DOCUMENTOS E DA ENTREGA

- 6.1. Os envelopes fechados e lacrados deverão ser entregues na data, hora e local determinado no preâmbulo do Edital a ser elaborado com base neste TR (item 01), por um sócio-diretor da **Agência** ou por seu representante legal, que deverá ser, para tanto, credenciado, através de procuração pública ou privada.
- 6.2. Caso a **Agência** venha a ser representada por qualquer de seus sócios-diretores, deverá apresentar documentos que comprovem serem esses sócios detentores de poderes para esta representação.
- 6.3. Não serão aceitos pela CPL quaisquer documentos de habilitação e propostas enviadas via postal ou entregues por pessoa não credenciada ou, em local e hora diferentes dos fixados no preâmbulo do Edital (item 01) ou ainda, depois de aberto o primeiro envelope proposta;



ANEXO I – BRIEFING

O presente briefing busca nortear o processo criativo que comporá a proposta das empresas participantes do processo licitatório para Agência de Propaganda e Publicidade do SEBRAE-PE.

Sua estrutura está fundamentada em 03 grandes grupos, são eles:

1. O SEBRAE – História, seu papel, público-alvo, imagem e linha de comunicação;
2. SEBRAE PERNAMBUCO
3. Conectados - o Living Lab do SEBRAE/PE

Além das informações contidas neste texto, as empresas participantes também podem ter acesso a mais detalhes ou informações complementares, através dos seguintes sites:

www.sebrae.com.br

www.pe.sebrae.com.br

1. **SEBRAE**

1.1. **Visão Geral do Sistema SEBRAE**

No início da década de 1970, o Brasil vivia uma mistura de euforia econômica com pessimismo quanto ao quadro atual do poder, visto que, embora o País estivesse crescendo a uma média de 11% ao ano, estava mergulhado num dos períodos mais duros da ditadura militar.

As iniciativas públicas que surgiram para abrir ainda mais a economia, como os Núcleos de Assistência Industrial – NAI e os Centros de Assistência Gerencial – CEAG, culminaram na criação do Centro Brasileiro de Assistência Gerencial à Pequena e à Média Empresa - CEBRAE, iniciativa do Ministério do Planejamento e do BNDE, que mais tarde ganharia o “S”, como Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social.

Em 1990, como consequência do Programa Nacional de Desestatização, nasce o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), como serviço social autônomo e desvinculado do governo, para fomentar e apoiar a criação, a expansão, o desenvolvimento e a modernização das micro e pequenas empresas, capacitando-as para cumprir seu papel no processo de desenvolvimento socioeconômico do Brasil. O Sistema SEBRAE atua em todo o país por meio de unidades estaduais e uma unidade central coordenadora, o SEBRAE Nacional, em clara representação do pensamento global e da ação local.

O SEBRAE Nacional, com personalidade jurídica própria, atua em sintonia com o Sistema, mas molda-se às particularidades de sua função estratégica nacional. Responde a um Conselho Deliberativo composto por representantes dos setores industrial, comercial, agrícola e de serviços, das áreas de pesquisa e desenvolvimento tecnológico, de instituições financeiras e de fomento, e do governo federal. Instituições que, direta ou indiretamente, podem contribuir de forma decisiva para o fortalecimento das micro e pequenas empresas. O SEBRAE representa um modelo operacional inovador, não-estatal, eficiente e orientado para resultados. É uma entidade transformadora, geradora de informações, que molda e é moldada pela sociedade.

De norte a sul do país, existem brasileiros que sonham em abrir o próprio negócio e outros milhares que lutam com empenho para a sobrevivência e expansão de suas empresas. O SEBRAE existe para esses brasileiros e não mede esforços para chegar até cada um deles, levando conhecimento sobre gestão de negócios. A capilaridade do SEBRAE atesta esse compromisso



com o País. Hoje, o sistema é descentralizado, composto por unidades distribuídas nos 26 estados e no Distrito Federal e pelo SEBRAE Nacional, com sede em Brasília. O sistema atua contemplando e respeitando as peculiaridades, necessidades e diferenças regionais.

O SEBRAE Nacional é responsável pelo direcionamento estratégico do sistema, definindo as diretrizes e as prioridades de atuação. As unidades estaduais desenvolvem suas ações e projetos, respondendo pela realidade regional sem perder de vista o alinhamento e a conformidade com as diretrizes nacionais. Esta sinergia permite uma gestão eficiente e comprometida com resultados, o que transforma o SEBRAE em uma das instituições mais confiáveis e atuantes do país.

O SEBRAE apoia os pequenos negócios desde o momento em que são apenas uma ideia, um sonho, um plano. O apoio permanece até quando esses sonhos já estão em pleno funcionamento ou prontos para crescer e precisam de orientação. Tem como principais linhas de atuação projetos, palestras, cursos, consultorias, orientação empresarial, publicações e apoio na participação de eventos de mercado. Não é uma instituição financeira, embora atue para ampliar o acesso ao crédito para os pequenos negócios. Junto aos governos, articula a criação de leis e apoia o acesso dos empreendedores à tecnologia, inovação e novos mercados.

No SEBRAE Nacional, a função da comunicação publicitária é levar, por um lado, conhecimento sobre os produtos e serviços oferecidos nacionalmente aos empreendedores e, por outro, levar ao conhecimento da sociedade a importância do setor e da atuação da instituição para o desenvolvimento do país. Para que isso ocorra, precisa estar atenta às ações e projetos previstos em seu planejamento plurianual. Desse modo, a comunicação publicitária do SEBRAE Nacional contribui para potencializar a visibilidade e o respaldo do SEBRAE junto a seus públicos prioritários: donos de micro e pequenas empresas, microempreendedores individuais, pequenos empreendedores rurais e potenciais empresários. Trabalha ainda com os seguintes públicos secundários: parceiros, governo, conselho deliberativo nacional e estadual, imprensa e sociedade em geral.

A diminuição da pobreza, o aumento dos investimentos no setor produtivo, a democratização do acesso e da construção da informação, são parte do atual cenário em que o SEBRAE atua para construir um país mais justo, uma vez que os pequenos negócios são, importante pilar da economia sustentável e os maiores geradores de emprego e renda do Brasil.

No Brasil, as micro e pequenas empresas representam 99% dos estabelecimentos, quase 85% dos empregos gerados, respondem por 30% do PIB e por 42% da massa salarial. Todavia, quase 30% ainda fecham as portas antes de completar o primeiro ano de funcionamento. Nesse cenário, o conhecimento é ativo fundamental para a sobrevivência e prosperidade empresarial, o que potencializa a importância da Instituição. E a elevação dos índices de adoção de novas tecnologias, especialmente pela chamada "Classe C", oferece uma possível porta de comunicação e atendimento à instituição, que já iniciou um projeto de relacionamento por meio da Internet e das redes sociais para levar conhecimento de maneira mais frequente aos empreendedores.

Para todos os seus públicos atendidos de forma individual, a instituição disponibiliza cursos, consultorias, orientação e publicações. Esse relacionamento é realizado pelo SEBRAE de cada estado em mais de 800 pontos de atendimento espalhados pelo país, além das ações itinerantes. O cliente ainda pode optar por relacionar-se com a instituição por meio do Call Center gratuito (0800-570-0800) ou do portal de internet, onde o SEBRAE disponibiliza cursos gratuitos.

O SEBRAE promove ainda a cultura da cooperação e do associativismo para fortalecer a competitividade dos setores. O Atendimento Coletivo é uma forma inteligente de concentrar e potencializar o fluxo do conhecimento, pois, ao organizar as pequenas empresas em



cooperativas, associações, núcleos setoriais e arranjos produtivos locais, atinge um número maior de empreendedores e gera resultados em cadeia.

Desde 2010, para tornar sua atuação ainda mais transparente e relevante para a sociedade e com o objetivo de elevar a contribuição das pequenas empresas no PIB brasileiro, o Sistema SEBRAE fixa metas organizacionais que chamou de 'Mobilizadoras'. Além de criar objetivos gerais de atendimentos para o SEBRAE, as metas passaram a ser os grandes avaliadores de desempenho da instituição.

As metas avaliam a capacidade do SEBRAE em melhorar o ambiente legal para os negócios de pequeno porte no Brasil, incentivando a regulamentação da Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas nos municípios brasileiros; o combate à informalidade por meio do atendimento de empreendedores individuais; a competitividade das empresas, investindo em inovação, mercado e soluções avançadas para empreendimentos com maior potencial de crescimento; e metas relacionadas diretamente à quantidade de atendimentos.

1.2 A Comunicação Publicitária do SEBRAE em nível Nacional

Historicamente, a primeira manifestação massiva de presença do SEBRAE na mídia ocorre nos anos 1980, com a veiculação na TV do programa "Pequenas Empresas, Grandes Negócios", título também da revista que passa a circular na mesma época. Nessa época, foi decisiva a ação publicitária e de comunicação do SEBRAE (naquela época ainda com "C") para a inserção na Constituição de 1988 de dois artigos – 170 e 179 - que estabelecem tratamento jurídico diferenciado e favorecido às micro e pequenas empresas. Contudo, até o início da década de 1990, quando se concretiza o atual modelo institucional do SEBRAE (com "S"), registram-se poucas iniciativas de publicidade, isoladas e esporádicas, junto à própria clientela do órgão e a formadores de opinião.

Logo após a sua transformação para SEBRAE, a comunicação social voltou-se basicamente para difundir e fixar a nova marca da entidade, visando, sobretudo, tornar conhecida a nova organização e suas características, então inéditas no Brasil. "Pequena Empresa – Valorize essa Ideia" foi o slogan da primeira campanha publicitária veiculada pelo novo SEBRAE. A intenção foi a de valorizar o segmento e, dessa forma, legitimar a ação da entidade, como seu principal defensor e apoiador. A partir desses esforços, a marca tornou-se hoje conhecida e respeitada, inclusive fora do Brasil.

Em 1996, o grande objetivo da comunicação publicitária do SEBRAE foi mobilizar adesões na opinião pública que criassem um ambiente político e social ideais para a efetivação de mudanças constitucionais e legais que beneficiariam os empreendimentos de pequeno porte nos campos tributário, creditício, trabalhista e outros, além da elaboração do novo Estatuto da Micro e da Pequena Empresa e a criação do Simples. Foram utilizados abundantemente os recursos do marketing institucional e os objetivos foram atingidos.

Vencido esse desafio, a publicidade do SEBRAE passou a dar ênfase à difusão de produtos e serviços próprios ou lançados mediante parcerias. Entre 1997 e 1998, foram veiculadas diversas campanhas, sobre o Fundo de Aval, o Fácil, a Bolsa de Negócios, o Sistema de Informações Agrícolas (SIAGRO), a valorização do Produto Brasileiro, o PRODER (posteriormente DLIs), entre outras ações.

O trabalho da publicidade do SEBRAE trouxe bons resultados nesses últimos 5 anos. Com relação à Lei Geral, o Simples Nacional, por exemplo, fez uma verdadeira revolução tributária para cerca de 80% das empresas do País. O tratamento diferenciado nas compras governamentais representou um crescimento expressivo no caixa dos negócios de pequeno porte. O Governo



Federal destina, anualmente, mais de R\$ 15 bilhões de suas compras às micro e pequenas empresas.

E o Microempreendedor Individual (MEI) reduziu significativamente o índice de informalidade nos pequenos negócios brasileiros e incluiu, até 2012, mais de três milhões de pessoas na carteira de possíveis clientes do SEBRAE. Em 2011 e 2012, o SEBRAE manteve o seu foco de comunicação, mas ampliou a divulgação específica de alguns produtos e serviços estratégicos, notadamente aqueles voltados a estimular a inovação para as pequenas empresas e o Negócio a Negócio, um serviço em que o SEBRAE, mediante agendamento, vai até a empresa do cliente para prestar orientação no local.

Ainda em 2012, o SEBRAE comemorou 40 anos de atuação, levando ao ar uma campanha publicitária com o tema “O Negócio é Acreditar”, pois enquanto o empresário acredita no seu sonho, o SEBRAE acredita em quem acredita e juntos constroem um País melhor.

1.3 Como a comunicação do SEBRAE se relaciona com seus públicos

Em sintonia com o Direcionamento Estratégico do Sistema SEBRAE 2022, a comunicação atua na difusão dos programas e ações do Sistema SEBRAE e na valorização da imagem da instituição perante seus públicos. Além da publicidade, o SEBRAE desenvolve ações de assessoria de imprensa, produção de audiovisuais, marketing, comunicação interna e comunicação digital nas principais redes sociais.

A definição dos públicos de interesse do SEBRAE, que consta no atual direcionamento estratégico, permite analisar as principais tendências de consumo de mídia e estabelecer estratégias mais efetivas de comunicação. Não obstante, faz-se necessário também entender como o público alvo do SEBRAE se relaciona com a mídia. Para o SEBRAE, enquanto anunciante e sob a ótica da publicidade, é muito importante que tenhamos estudos e pesquisas que nos ajudem a entender os hábitos de consumo de mídia desse novo perfil empresarial.

O mercado dispõe de alguns tipos de pesquisas de hábitos, entretanto os filtros de classificação de perfil, geralmente, seguem critérios diferentes dos mais relevantes para o SEBRAE. O Critério Brasil, por exemplo, é transversal ao perfil utilizado pelo SEBRAE para cada um dos quatro perfis de empresários. Além disso, um estudo realizado pelo SEBRAE em 2012 significou o primeiro passo para tentar identificar aspectos específicos de consumo de mídia para cada um dos públicos do SEBRAE. Embora o tamanho da amostra não permita segurança científica aos resultados, são bons indicadores de comportamento a serem investigados com maior profundidade.

De maneira geral, a internet é atualmente um dos principais meios utilizados pelos empreendedores para se informar, tanto em seu dia a dia quanto sobre seus respectivos negócios, reforçando a sua relevância nos aspectos profissional e pessoal. Ainda, independente do perfil pesquisado, os empreendedores apresentaram característica comum de que dedicam pouco tempo às atividades de lazer e enquanto o fazem, essas estão quase sempre ligadas à família.



Foi possível perceber que todos procuram empreender em mercados já conhecidos, onde de alguma forma, eles já possuem alguma experiência, seja como empreendedor ou como empregado. Também vimos que, em geral, escolhem a sua região natal para empreender. A razão disso está na percepção de que, tomadas essas decisões, existe uma menor chance insucesso.

Consenso, também, entre todos os perfis são os 'gatilhos' para uma mudança de atitude, o primeiro deles é o desejo de ter o próprio negócio e o outro é a busca de uma alternativa à falta de oportunidade, ou ainda, por dificuldade de recolocação no mercado de trabalho. A maioria informou que a busca de informações se dá através de conversas informais com amigos e parentes e quando há a necessidade de uma busca mais formal o canal de comunicação preferido para acesso foram o portal e os cursos a distância oferecidos pelo SEBRAE.

Além de usar o SEBRAE como fonte de apoio, há interesse, explicitado, em palestras e informações sobre formalização, entretanto essas buscas não são estruturadas e acabam sendo necessário algum tipo de atendimento. O entendimento geral é de que estar bem informado para atender melhor o cliente é se diferenciar da concorrência.

Segmento	Características
Candidato empresário	<ul style="list-style-type: none"> - Não sabe por onde começar o negócio. - Tem pouco ou nenhum conhecimento prático. - Possui algum conhecimento sobre a atividade que quer desenvolver. - Tem dúvidas quanto à operação ou administração do negócio.
Empresário informal	<ul style="list-style-type: none"> - Tem negócio definido (em andamento). - Não tem registro da empresa. - Conhece seu negócio. - Questiona a viabilidade da formalização do negócio.
Empresário iniciante	<ul style="list-style-type: none"> - Não tem informações gerenciais sobre o negócio. - Faltam orientações em todas as áreas. - Visão restrita do mercado em que atua.
Empresário avançado	<ul style="list-style-type: none"> - Utiliza sistemas de controle. - Conhece o mercado em que atua. - Delega as funções de gestão (marketing, RH, finanças). - Busca alternativas para diversificar produtos. - Procura conhecer e acessar novos mercados.
Público Interno	<ul style="list-style-type: none"> - Colaboradores

2. O Posicionamento de marca

O Posicionamento da marca SEBRAE é uma definição estratégica da instituição, realizada durante o seu direcionamento estratégico e que indica qual é o significado que a marca SEBRAE deve ocupar na mente do cliente. O posicionamento descreve a necessidade que um consumidor atenderá ao consumir uma determinada marca e evidencia por que essa marca é superior a outros meios ou marcas que atendem à mesma necessidade. É a marca traduzida em uma frase de uso interno, composta de 4 elementos fundamentais:



- Consumidor-alvo: Para quem é o SEBRAE?
- Quadro de referência: Em que mercado estamos inseridos?
- Qual nosso negócio: O que fazemos, o que podemos oferecer/entregar para o consumidor-alvo?
- Credibilidade/confiabilidade: O que nos torna competitivos e valida o nosso negócio?

Todas as ações de comunicação do SEBRAE devem ser feitas para, em última análise, reforçar o posicionamento de marca desejado. Conforme definido no Planejamento Estratégico 2022, o posicionamento desejado para a marca SEBRAE é:

“Para quem já é ou quer ser empresário, o SEBRAE é a opção mais fácil e econômica de obter informações e conhecimento para apoiar as suas decisões, porque é quem mais entende de pequenos negócios, e possui a maior rede de atendimento do país”.

A partir do posicionamento desejado de marca, foi definido como tática, conquistar dois territórios de comunicação a serem trabalhados a partir de 2013 e até 2022, com potencial de gerar um conceito forte, único e proprietário e com um claro direcionamento de apresentar e aproximar a marca dos nossos públicos.

O primeiro caminho tem foco claro e direto na vocação do SEBRAE e o segundo foca no negócio do empresário.

Primeiro Território: SEBRAE é o especialista em Pequenos Negócios. Ser especialista é valorizar o conhecimento acumulado ao longo de mais de 40 anos apoiando pequenos e microempresários para que eles possam realizar seus sonhos. É posicionar o SEBRAE, identificando sua área de atuação e o seu objetivo. É atribuir valor à marca e ao propósito do SEBRAE em divulgar conteúdo “especializado”. É reconhecer o protagonismo de quem empreende. E se apresentar como um fiel escudeiro, com conhecimento prático em gestão. Porque o Brasil precisa de especialistas para promover seu crescimento. Ser especialista é olhar para dentro e estar em constante evolução. É reconhecer que a equipe do SEBRAE é especialista e parceira do empreendedor. Ser especialista é acreditar que a garra do brasileiro é o motor para se realizar, mas lembrar que para isso ele pode contar com quem sabe orientar e apoiar.

Segundo Território: SEBRAE dá resultados efetivos para os pequenos negócios. Com o SEBRAE, o empresário ganha mais. Deixar clara as vantagens de trabalhar junto a esta instituição. Ter foco no resultado reforça a obstinação do SEBRAE em ser o melhor parceiro das micro e pequenas empresas em seu objetivo primeiro. Prosperar. É reconhecer que o empreendedor e seu negócio merecem fazer sucesso, merecem ser reconhecidos. Com o lucro aumenta a autoestima, o empoderamento, a economia gira e o país cresce. Foco no resultado é saber que o empreendedor é uma força propulsora do país. Que gera um ciclo virtuoso sustentável. Quanto mais ele prospera, mais sua família prospera, comunidade, sociedade e assim por diante. Ter foco no resultado é ter certeza que a união do conhecimento de gestão com o conhecimento pessoal do empreendedor é uma fórmula infalível para o sucesso.



3. O SEBRAE PERNAMBUCO

Em Pernambuco, o SEBRAE foi concebido para atender ao objetivo de apoiar e fomentar a criação, a expansão e a modernização das micro e pequenas empresas do Estado, capacitando-as para cumprir, eficazmente, o seu papel no processo de desenvolvimento econômico e social.

Atuando em todo o território estadual, além da sede no Recife, o SEBRAE/PE **conta com mais 6 unidades para atender todo Estado com escritórios localizados em Caruaru, Garanhuns, Petrolina, Araripina, Serra Talhada e Zona da Mata Norte/Sul** - através das quais estimula o empreendedorismo e o desenvolvimento sustentável dos pequenos negócios, com oferta de educação empreendedora; capacitação dos empreendedores e empresários; articulação de políticas públicas que criem um ambiente legal mais favorável; acesso a novos mercados; acesso à tecnologia e inovação; orientação para o acesso aos serviços financeiros.

Missão

Promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável das micro e pequenas empresas e fomentar o empreendedorismo.

Visão

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

Segmentação de Atuação Estadual

Consultoria em gestão, Educação Corporativa, Fomento ao empreendedorismo e ao desenvolvimento regional.

Premissas estratégicas

- Foco em Resultados
- Ampliação e Fortalecimento de Parcerias
- Aproximação do Público Alvo
- Ampliação da Base de Atendimento
- Interiorização das Ações

Ao longo dos últimos anos, o desafio da transformação digital foi representado em campanhas onde o conceito do Go Digital foi o farol que guiou não só a comunicação como todo o direcionamento estratégico da Instituição. O SEBRAE/PE se baseou numa agenda para esse novo cenário:

- Compreender as características estruturantes do mundo
- Entender o comportamento do novo consumidor – o consumidor digital
- Reconhecer o drama real do cliente SEBRAE
- Reconfigurar radicalmente o portfólio de produtos (informações, conteúdos, metodologias de trabalho) colocados à disposição do Cliente
- Trabalhar em rede, superando um dogma do qual ninguém entende e conhece tanto do pequeno negócio exclusivamente como o SEBRAE
- Disponibilizar os conhecimentos que existem no universo digital
- Priorizar o Desafio da transformação digital
- Reconfigurar o modelo de gestão



Com isso, desde 2019, o SEBRAE/PE assumiu dois grandes desafios ancorados abaixo:



Produtos

Em informação divulgada pela Unidade de Gestão das Soluções em janeiro de 2022, o portfólio do SEBRAE/PE conta com 400 soluções próprias e se somar aos parceiros chegasse a um total de 900. O detalhamento e descrição delas, consta no sistema próprio chamado SOL (Sistema Online de Soluções).

Essas soluções são agrupadas em instrumentos, são eles: Consultoria, Curso, Oficina, Palestra, Seminário, Acesso a exposição em Feiras ou Mostras, Missões/Caravanas, Orientação Técnica, Rodada de negócios.

Também há a existência de um edital para cadastrar soluções de mercado, ou seja, elaborados por empresas e produtores de conteúdo não vinculados ao SEBRAE. O Edital de Soluções de Mercado visa não ofertarmos apenas soluções proprietárias do SEBRAE - porém não temos canal de venda destas soluções para o cliente – e a ação de atração de novas soluções de mercado apresenta timidez frente ao potencial que possui.

Canais de relacionamento com cliente

- APP SEBRAE
- Loja On line
- Portal
- Agências Físicas
- Central de Relacionamento – Voz e WhatsApp
- Rede de Atendimento

Ferramentas de Relacionamento

Principais Sistemas Utilizados de forma Geral

- CRM – Utilizamos um contrato de serviços com a empresa Wiki para realização de campanhas de relacionamento.
- RD Station – Trabalhamos com a parte de Captação de leads e clientes com a ferramenta da RD utilizando LP e formulários para as campanhas.
- Rock Content - Empresa produtora de conteúdos para as campanhas de relacionamento digital
- Minerador - inteligência de dados
- SAS/SIAC - Sistemas utilizados para registros dos atendimentos realizados
- SOL - Sistema/ repositório das soluções do SEBRAE/PE



- EVOLUTTO – Plataforma para execução e gestão de consultorias 100% digitais

3.1 O discurso estratégico da comunicação do SEBRAE/PE

Como todas as atividades do SEBRAE/PE são impulsionadas por um efetivo modelo de gestão, relacionado ao que a instituição convencionou chamar de “Transformação Digital”, suas performances e atuação vão bem além da mera utilização de tecnologias avançadas. Elas se estendem pela busca constante de efetividade na prestação dos seus serviços. Assim, para atender as demandas das micro e pequenas empresas em Pernambuco, o SEBRAE adotou ações inovadoras para dar as respostas que os clientes buscam e gerar resultados transformadores para a sociedade.

Em paralelo, precisava reforçar o cliente para um universo onde o seu consumidor já estava – um mundo digital, de entregas simples e rápidas – que iam de um delivery de plataforma de compras até uma maquineta de cartão de crédito, coisas que pareciam óbvias, mas que ainda era distante para o Pequeno Negócio antes da pandemia. Isso fez com que o SEBRAE investisse, ainda mais, em recursos de tecnologia digital, incorporasse o mundo em rede ao atendimento dos seus clientes e entregasse serviços que atendessem às importantes necessidades dos pequenos negócios. Com isso, em 2019 foi lançado o conceito “SEBRAE, um novo Jeito de Fazer Negócio”, onde não só tinha uma visão para Cliente SEBRAE, mas uma mensagem subliminar onde o próprio SEBRAE também se reinventava.

Contudo, em meio ao cenário pandêmico, o SEBRAE/PE vivenciou o afastamento dos seus clientes, já que muitos se viram obrigados a fechar as suas portas, por conta do isolamento social imposto para a contenção do Corona vírus. Era preciso, portanto, adequar e ampliar os mecanismos digitais disponibilizados pelo SEBRAE para ajudar aos pequenos negócios no Estado e seus empreendedores se manterem atuantes e sustentáveis durante a crise sanitária. O primeiro problema a ser enfrentado foi na esfera do conhecimento, para posterior adesão. O SEBRAE precisava comunicar que poderia ajudar aos empreendedores a se reinventarem, através da transformação digital dos seus negócios e, dessa forma, levá-los a perceber que poderiam encontrar outros meios para continuar vendendo seus produtos e serviços mesmo sem o atendimento tradicional/presencial. Essa era uma hora mais do que necessária para se contar com o SEBRAE. Para continuar atuando no estímulo às atividades produtivas, geração de empregos e renda e no próprio crescimento do Estado, com ações que contribuem para a promoção do empreendedorismo, aperfeiçoamento empresarial e melhoria das condições socioeconômicas regionais e nacionais.

A mensagem otimista do “Novo Jeito” já tinha preparado o terreno, agora era a hora de ofertar uma solução descomplicada e que pudesse também ressignificar a experiência de atendimento nas agências do SEBRAE/PE. Os canais digitais de atendimento/relacionamento e o Go Digital nunca foram tão necessários – rompendo as fronteiras do atendimento presencial para oferecer aos empreendedores todos os serviços da organização a qualquer hora, em qualquer lugar. Para isso foram adotadas estratégias que procuraram dosar mídias de conhecimento e mídias de performance. As campanhas, contaram com mensagens voltadas para visualização de vídeos, pois os recursos audiovisuais ajudariam na melhor compreensão e compilação da pluralidade de soluções que o SEBRAE tinha a oferecer aos empreendedores naquele momento.



Ou seja, antes da crise do Corona vírus, e durante o momento mais crítico, investimento comunicacional foi para mostrar que a solução era se reinventar, através dos meios digitais, e que o SEBRAE/PE estava a postos para prestar todo o suporte necessário na condução dessa transformação. Do ponto de vista do conhecimento, oferecemos de forma virtual e imediata, produtos como cursos, mentorias e consultorias para facilitar a sua vida de empreendedor.

Pelos investimentos publicitários precisos, para o alcance de seus targets, e pelas ações realizadas no sentido de ajudar empreendedores e pequenas empresas a se manterem saudáveis e competitivas em meio à instabilidade econômica e à crise sanitária do corona vírus, o SEBRAE/PE apresentou, entre seus indicadores de desempenho, um elevado número de atendimentos. Entre esses números/indicadores, destacamos: - Retomada no aumento de atendimentos realizados pelo SEBRAE. - Aumento exponencial de número de downloads do aplicativo e usuários cadastrados. – Em 2020 e 2021 a praça de Pernambuco destacou-se, inclusive quando comparada à maior unidade federativa em termos populacionais e de quantidade de pequenos negócios, ficando à frente em número de downloads do estado de São Paulo na quantidade de usuários do App Nacional.

3.2 Problema específico de comunicação (desafio para as licitantes)

2020 foi um ano atípico para o Brasil, para o Mundo e para os pequenos negócios. A crise decorrente da pandemia do novo corona vírus não só origina situações de emergência de saúde, mas também choques econômicos com impacto direto nos mercados, na produção de bens e serviços, no consumo e investimento e também no mundo do trabalho. As particularidades e ineditismo desta pandemia também chamam a atenção pela rapidez dos seus desdobramentos na sociedade. Medidas como o distanciamento social e o fechamento temporário de estabelecimentos comerciais e de serviços, as restrições de viagens, a suspensão das aulas presenciais nas escolas, dentre outras medidas de contenção tiveram impactos expressivos nos negócios e nas relações pessoais.

O Produto Interno Bruto (PIB) nacional contraiu de -4,66% para -4,55%, em 2019, e de -3,31% para -3,40%, em 2020, afetado pela pandemia de Covid-19 e o distanciamento social, que se iniciou em março no país, segundo Boletim Focus. Tratando-se do emprego formal, os dados da Secretaria do Trabalho referentes ao Novo CAGED (Cadastro Geral de Empregados e Desempregados) revelam que as micro e pequenas empresas (MPE) foram as que mais demitiram no pior momento da pandemia do corona vírus no Brasil. Entre os meses de março e junho, elas fecharam pouco mais de 1 milhão de postos de trabalho, contra aproximadamente 605 mil das médias e grandes (MGE). Por outro lado, os pequenos negócios foram os que reagiram mais rapidamente à crise, recuperando cerca de 443 mil empregos nos meses de julho, agosto e setembro, enquanto as MGE criaram quase a metade dessas vagas (245 mil), no mesmo período. A análise feita pelo SEBRAE, a partir de dados do Ministério da Economia, mostra que no mês de julho o saldo das micro e pequenas empresas foi 2.4 vezes maior que o das MGE. Já nos meses de agosto e setembro, os saldos das MPE foram 76% e 66% maiores que as médias e grandes, respectivamente.

Considerando o acumulado do ano (incluindo os meses anteriores à chegada da Covid-19), os dados mostram que, entre demissões e contratações, as pequenas empresas tiveram um saldo melhor, com cerca de 40 mil demissões a menos que as MGE. No conjunto da economia, entre janeiro e setembro, o saldo foi negativo em 559 mil vagas.



Em 2022, encontramos um cenário que se torna cada vez mais presente com soluções digitais – onde o digital e o presencial se tornam tão natural para o consumo, que os clientes navegam de uma ação para outra com tamanha naturalidade. E o SEBRAE/PE mais uma vez experimenta um grande desafio, de como posicionar o Pequeno Negócio nessa nova abordagem.

É bem verdade que operações burocráticas e serviços mais técnicos como agendamento de atendimento, por exemplo, já podem ser oferecidos pela tecnologia. Um estudo realizado pela GARTNER aponta que, os consumidores já conseguem administrar mais 85% de seus relacionamentos com empresas sem qualquer intervenção humana. E, no entanto, a interação humana será dada a missão de resolver questões de foro abstrato.

O SEBRAE, como um agente de transformação da sociedade por meio do empreendedorismo, responde por uma etapa crucial do crescimento da atividade empresarial do Brasil. Nesse sentido, deve estar atento às mudanças, às evoluções do setor. Diante da situação, o SEBRAE/PE precisa estruturar uma linha de comunicação que apresente essa nova vivência para o empreendedor. Deve-se apresentar um espaço de experimentação, conhecimento e um hub de produtos, serviços, oportunidades e soluções para os pequenos negócios, proporcionando o máximo de possibilidades de relacionamento e interação.

Objetivo:

Construir uma linha estratégica de marketing e comunicação, apoiada na teoria da Era do Consumidor - cliente como centro da estratégia de todo negócio, propondo uma interação do cliente SEBRAE a um novo modelo de atendimento ancorado ao conceito de Living Lab, na qual a conexão será o nosso grande legado de integração, fidelização e compartilhamento constante, para ser lançada no segundo semestre de 2022.

Após o mercado experimentar o uso de soluções 100% digitais, é importante adotarmos uma estratégia assertiva que convide o cliente SEBRAE para consumir um conteúdo novo, entregue em formato de experiência, em suas agências de atendimento.

Assim, o SEBRAE deseja traduzir em uma campanha publicitária a apresentação desse novo produto, sem perder de foco da gestão e da cultura empreendedora, sempre permeados pela inovação. Espera-se então que as concorrentes desenvolvam uma estratégia de comunicação publicitária, apresentem uma campanha criativa e inovadora, e qual o melhor caminho de mídia, levando em consideração o cenário atual. Para esse exercício a verba será de R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais).



4.O LIVING LAB DO SEBRAE/PE



Um **living lab** é um ecossistema de inovação aberta, que pode ser operado em um contexto territorial ou um espaço, para conhecimento prático. Esta abordagem permite considerar concorrentemente tanto o desempenho global de um produto ou serviço, como sua adoção potencial pelos usuários. Esta reflexão pode ser feita no estágio inicial de pesquisa e desenvolvimento e durante todos elementos do ciclo de vida de um produto, de seu projeto até a reciclagem.

Os Living Labs estão centrados na experiência do usuário com base na abordagem sistemática de cocriação, integrando processos de imersão, pesquisa e inovação em comunidades de práticas e ambientes de vida real em escala operacional. Um ambiente que une experimentos espaciais imersivos, seguido de processamento destes experimentos, atendimento prático e aplicação de conhecimento de forma colaborativa e imediata.

Junto a esse modelo, serão atribuídas ações de difusão tecnológica, que compreendem a disseminação e posterior adoção de novas tecnologias e técnicas, como os esforços de modernização de processos através do uso de serviços e conhecimentos externos à empresa, difundidos no mercado.

No Living Lab, o empreendedor vivenciará momentos que já existem disponíveis no mercado, como se estivessem em seus próprios estabelecimentos.

Em maio de 2022 o SEBRAE/PE lança o seu Living Lab, localizado em sua sede no Recife - com o propósito de falar sobre empreendedorismo e inovação de uma forma organizada e disruptiva. Esse novo ambiente une experimentos espaciais imersivos seguido de processamento destes experimentos, atendimento prático e aplicação de conhecimento de forma colaborativa e imediata. O cliente SEBRAE fará ao uso de tecnologias digitais que entreguem valor imediato perceptível e quantificável. O mesmo será apresentado a inovações tecnológicas digitais e não digitais, bem como a boas práticas conectadas com a inovação. O cliente também receberá



conteúdos que aproximem o mesmo das tendências e entendimento do comportamento do cliente, que procura abordagens digitais de consumo. Novas estratégias e soluções digitais que habilitem novos modelos de negócios. O que resulta de um Living Lab é fundamentalmente conhecimento novo gerado a partir da experiência vivida, da imersão concreta de múltiplos atores em uma realidade substancialmente nova suportada por inovações robustas de ordem tecnológica, de processos e, sobretudo, de modelos de negócios.

Nesse espaço, o Pequeno Negócio é o protagonista. O empreendedor será submetido a situações reais da vida cotidiana da sua empresa, podendo experimentar e trazer para o seu dia a dia, novas estratégias de vendas, de gestão e de relacionamento com seus clientes, conectados com as novas tendências digitais.

TRÊS BLOCOS DE AÇÃO E EXPERIMENTAÇÃO

Experimentar, Deslumbrar, Vislumbrar!

Vivenciar ambientes reais em escala operacional que incorporam interações digitais e inovações no espaço e modelo de uso de forma a perceber todo o potencial de novos conceitos.

Acolher, Processar, Debater, Entender!

A experiência vivenciada no ambiente de living lab deve gerar aprendizado mútuo (cliente e SEBRAE) e deve ser permanentemente processado de forma a interpretar as reações e percepções dos clientes.

Atender, Aprender, Colaborar, Produzir!

Ainda sob o impacto das experiências vividas no acolhimento e/ou no ambiente de living lab, o cliente deve receber uma primeira linha de atendimento que o permita materializar algo prático.

A proposta do novo modelo de relacionamento dos espaços de atendimento ao cliente, passa por esse prisma. Pode-se resumir esse novo ambiente em: espaço de ações coletivas para experiências de estratégias digitais. A ideia é aumentar a interação digital por meio de conteúdos que estarão disponíveis aos visitantes, contudo, mais do que isso, o objetivo final é atuar saindo do individual para o coletivo. Ao propor um espaço físico totalmente aberto, o SEBRAE aglutina as expertises distintas dos empresários que interagem e trocam experiências.





Nesse sentido, a interação dos funcionários do SEBRAE com os clientes e dos clientes entre eles traz experiências de sentido. É o poder de criação para novas soluções empresariais utilizando e discutindo estratégias digitais que vai transformar o empresariado local.

O que o Living Lab não é:

A metodologia de trabalho proposta é fundada em uma abordagem integral do problema até a sua resolução, evitando:

- Ser um espaço de showroom de tecnologias, onde as ações serão expostas apenas para visualização
- Ser um espaço maker, onde o visitante criará um novo produto
- Ser um laboratório, para que as ações e ideias sejam testadas
- Ser um palco para palestras e cursos

4.1 CONECTADOS – O LIVING LAB DO SEBRAE/PE

Para a apresentação desse espaço, o Sebrae/PE entendeu a atuação como um novo produto que deve ser lançado e apresentado ao cliente. Um novo conceito, uma nova experiência, uma nova maneira de entender as necessidades de consumo do cliente final.



A ideia desse novo produto foi baseada em como podemos conectar múltiplas vivências e múltiplas ações durante a experimentação do Living Lab. Ao longo da transformação digital, é perceptível os empreendedores conectados, os clientes conectados, a sociedade conectada. Ou seja, que o Pequeno Negócio está e precisa estar conectado ao universo digital.





4.2 A EXPERIÊNCIA DO ESPAÇO

A implementação do **Conectados** se dará mediante um processo de abordagem em 5 estágios,

• Acolhimento do empreendedor

a. O que é – nesse estágio, os empreendedores serão inseridos na problemática vivida por eles, (ainda que não percebida por muitos), e será feito um alinhamento de expectativas sobre a jornada de trabalho.

b. Dinâmica – i. explicação do propósito do trabalho e da própria dinâmica; ii. apresentação de slides, vídeos e comentários sobre a nova realidade do mercado e tendências para os negócios nos setores selecionados; iii. alguma dinâmica motivacional de transição para a jornada.

• Jornada/Experiência no estabelecimento conceito

a. O que é – nesse estágio, os empreendedores verão/viverão uma experiência concreta materializada em um estabelecimento real, em pequena escala, onde serão explorados: i. novos layouts; ii. novas tecnologias habilitadoras de novos modelos de negócios; iii. novos processos de trabalho e relacionamento com o cliente oportunizados por estas tecnologias. A escolha dessas tecnologias deve ser cirúrgica, focando naquelas mais importantes para cada setor selecionado.

b. Dinâmica – i. os participantes da jornada serão guiados pelo consultor especialista para vivenciar entre 3-5 situações – os Breaking Points que ocorrem no dia-a-dia dos novos estabelecimentos, seguindo um fluxo lógico e sequenciado; ii. em cada BP, o consultor especialista fará breve fala explorando as possibilidades de mudanças efetivas e os ganhos gerados com aquele BP; iii. os participantes poderão tomar notas e/ou interagir brevemente com o consultor para fins de esclarecimento (a discussão propriamente dita se dará no estágio 3); iv. as reações dos participantes serão acompanhadas à distância em monitor pelo psicólogo; v. ao fim da jornada, o consultor especialista convidará os participantes para o próximo estágio.

• Discussão orientada sobre a experiência vivida no estabelecimento conceito

a. O que é – nesse estágio, os empreendedores discutirão com os especialistas a experiência vivida no estágio 2. O propósito é esclarecer os aspectos objetivos mais relevantes (com o especialista em negócios) e os aspectos subjetivos do comportamento não revelados ou explicitados apenas parcialmente (com o psicólogo organizacional/comportamento do consumidor).

b. Dinâmica – i. os participantes da jornada serão estimulados a falarem espontaneamente da sua percepção. O consultor de negócios deve estar preparado para responder a questões objetivas sobre o que é cada BP, quanto custa, como faz para adquirir, quais os benefícios, como o SEBRAE pode ajudar etc.iii. ao final, o especialista em negócios estimulará os participantes a avançar para a fase de implementação das mudanças, sugerindo o agendamento de um atendimento imediato ou posterior (Estágio 4); iv. o estágio se encerra com o download do App SEBRAE, ferramenta de interação com o cliente a partir deste estágio.

• Atendimento para início da implementação das mudanças

a. O que é – nesse estágio, os empreendedores que queiram avançar no sentido de implementar mudanças em seus negócios serão atendidos por analistas do SEBRAE. O propósito é elaborar um plano de ação simplificado para aplicação imediata. O plano deverá conter elementos préconfigurados e elementos específicos a serem definidos caso a caso no atendimento.



b. Dinâmica – i. os analistas do SEBRAE atenderão os clientes conforme o agendamento prévio; ii. os analistas focarão fundamentalmente no plano de ação para a implementação das mudanças. Não se trata, portanto, de um atendimento padrão; iii. os analistas deverão manter permanente interação com os consultores especialistas externos para se atualizarem das dúvidas, receios, expectativas etc.

• **Adequação/integração dos produtos do SEBRAE à dinâmica vivenciada**

a. O que é – o atendimento referido no estágio anterior demandará do SEBRAE a oferta de produtos (conteúdos, informações...) para reforçar a capacidade dos empreendedores avançarem nas mudanças em seus negócios. Isto envolve SEBRAEtec, consultorias, treinamentos, seminários, missões técnicas etc. integradas ao Plano de Ação definido entre consultor e cliente. Este estágio consiste então basicamente: i. na sincronização entre as agendas dos Planos de Ação e o calendário regular de oferta desses produtos; e ii. na articulação, pelo analista do SEBRAE, de alguma solução de seu portfólio para cada caso específico, de acordo com as necessidades do cliente constantes do plano de ação.

b. Dinâmica – i. os analistas das áreas de Soluções e de Atendimento do SEBRAE farão previamente a identificação das soluções prováveis a serem ofertadas de acordo com o roteiro do Plano de Ação igualmente previamente elaborado. ii. Caso sejam necessárias novas soluções além daquelas constantes do portfólio atual, a área de soluções providenciará sua aquisição.

O primeiro seguimento a ser trabalhado será o **Salão de Beleza** onde os empresários irão experimentar de forma geral, experiências vividas pelos clientes de um salão, com 3 Breaking Points: agendamento, smart mirror, vitrine on-line.

4.3 O DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

Para divulgar essa nova era do SEBRAE, as ações de comunicação devem ocorrer neste sentido: mostrar o novo espaço não apenas como um ambiente fisicamente favorável para novas interações. Mais do que isso, é preciso deixar claro que é no SEBRAE que o futuro do seu negócio acontece. Desde o agendamento com os consultores, passando pelo contato com outros empresários até com qualidade e extensa quantidade de conteúdo que pode ser adquirido no SEBRAE.

Com isso, a proposta é desenvolver, sob a responsabilidade da Coordenação de Marketing e Comunicação Digital, uma estratégia focada em atrair o cliente para tornar-se usuário frequente das ações promovidas por esse novo espaço. O planejamento envolverá desde o desenvolvimento e execução de um direcionamento massificado visando o novo posicionamento do relacionamento SEBRAE-Cliente, mesclando estratégias de mídias off-line e on-line, para reforçar esta interação.

Partindo do resultado vivido no lançamento de um novo conceito abordado pelo SEBRAE/PE, em que apresentamos um novo jeito de fazer negócio, o novo modelo de relacionamento presencial receberá uma campanha utilizando as mais diversas formas e canais de comunicação e trabalhará a imagem de empreendedorismo e de negócios despertando estratégias digitais inicialmente plantadas.



Preocupados com os vários níveis de empreendedores e empresários que ainda estão distantes da compreensão de abordagem e anseios do seu consumidor final, um dos papéis do SEBRAE é de encurtar essa distância, promovendo negócios mais firmes e duradouros. Para isso é preciso divulgar esse novo espaço, essa nova forma de se relacionar com o cliente, e “povoar” o Conectados do SEBRAE/PE.

Target 1 – Foco em clientes formados pelos 5 principais segmentos que o espaço de experimentação vai entregar: 1. Salão de Beleza, 2. Varejo de Moda, 3. Minimercado, 4. Bares e Restaurantes e 5. Lanchonete. Nesse espaço, os clientes vivenciarão de fato experiências reais, com jornadas focadas em novos modelos de negócios facilitados pela tecnologia.

Target 2 – Todo e qualquer público do SEBRAE, seja já empreendedor ou candidato a abrir o próprio negócio e queira experimentar, entender, compartilhar novas experiências, formar redes de atuação e se manter conectado ao universo de inovações desenvolvidas para o Pequeno Negócio.

Para toda comunicação é preciso entregar soluções baseadas no conceito da Difusão Tecnológica, ou seja, divulgar o novo, entregando valor inclusive no deslocamento do empresário, empreendedor para essa vivência física. A Difusão Tecnológica compreende-se a disseminação e posterior adoção de novas tecnologias e técnicas. Atividades de difusão tecnológica são definidas como os esforços de modernização de processos através do uso de serviços e conhecimentos externos à empresa, difundidos no mercado. Habilitar novos modelos de negócios também dará a tônica do espaço.

Resultados esperados:

- >. Fortalecer a marca SEBRAE, por meio das experiências do nosso Living Lab - um espaço de ações coletivas para experiências de estratégias digitais de negócios na iniciativa da transformação digital, na expertise das oportunidades digitais existentes e ainda por vir;
- >. Uma ação de comunicação e marketing, atingindo prioritariamente a cidade do Recife e Região Metropolitana, divulgando e atraindo o interesse do usuário do SEBRAE/PE neste novo modelo de relacionamento presencial; e
- >. Manter o Living Lab do SEBRAE/PE constantemente povoado, gerando fluxo de atendimento e por consequência o incremento as metas de 2022

4.4. Inauguração

O **Conectados** será inaugurado no dia 18 de maio de 2022, em modelo de soft open. O lançamento oficial está previsto para 25 de maio de 2022. Ele funcionará na sede do SEBRAE/PE, localizado na Rua Tabaiaras, 360 – Ilha do Retiro – Recife, das 8h às 17h

4.5. Período

As ações devem ser pensadas para o segundo semestre de 2022.

4.6. Verba referencial para investimento



A verba para criação, produção, veiculação, exposição e/ou distribuição da campanha será de até **R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais)**, baseada nos custos de “tabela cheia” (sem descontos e pelo valor bruto) dos veículos de comunicação. A campanha deverá ser assinada com a logomarca do SEBRAE – A Força do Empreendedor Brasileiro e o selo 50+50.

4.7. Documentos de apoio

Documentos de importante leitura para a construção da proposta e entendimento do Briefing

- “O SEBRAE E O FUTURO – PLANEJAMENTO SEBRAE PERNAMBUCO 2020|2023” -
- BRANDING BOOK – SEBRAE/NA
- PESQUISA IMAGEM PEQUENOS NEGÓCIOS 2021
- PESQUISA IMAGEM SOCIEDADE 2021
- KV CONECTADOS
- MARCA CONECTADOS
- FONTE CONECTADOS (axis-extra-bold)
- Pallot M. (2009). Engaging Users into Research and Innovation: The Living Lab Approach as a User Centred Open Innovation Ecosystem. Webergence Blog. http://www.cwe-projects.eu/bscw/bscw.cgi/1760838?id=715404_1760838
- Artigo Living Lab e Inovações Urbanas, de Chico Saboya - publicado pela Startupi em 2018 <https://startupi.com.br/2018/10/living-labs-e-inovacoes-urbanas/>



ANEXO II – CONCORRÊNCIA Nº 001/SEBRAE-PE/2022 – MINUTA DO CONTRATO

**CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS QUE ENTRE SI
CELEBRAM, DE UM LADO, O SERVIÇO DE APOIO ÀS
MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE PERNAMBUCO -
SEBRAE/PE, E, DE OUTRO, ____.**

O SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE PERNAMBUCO, entidade de direito privado, sem fins lucrativos, instituído sob a forma de serviço social autônomo, inscrito no CNPJ sob o nº 09.829.524/0001-64, com sede à Rua Tabaiaras, 360, Ilha do Retiro, Recife-PE, doravante neste instrumento denominado simplificada e simplesmente SEBRAE/PE, neste ato representado, na forma do disposto nos incisos VIII e IX do art. 22 e inciso VIII do art. 23 do seu Estatuto Social, pelo seu Diretor Superintendente, _____, brasileiro, casado, estatístico, inscrito no CPF/MF sob o n.º _____ e portador da Cédula de Identidade n.º _____, residente na cidade de Recife-PE, pela sua Diretora Técnica _____, brasileira, casada, administradora de empresa, inscrita no CPF/MF sob o n.º _____ e portadora de Cédula de Identidade n.º _____, residente na Cidade de Recife- PE e pela Diretora Administrativo-Financeiro, _____, brasileira, casada, administradora de empresa, inscrita no CPF/MF sob o n.º _____ e portadora da Cédula de Identidade n.º _____, residente na Cidade de Recife- PE, **e a empresa** _____, inscrita no CNPJ sob o nº _____, através de sua filial de endereço _____, no Bairro _____, Cidade de _____, Estado _____, CEP: _____, doravante denominada como CONTRATADA, neste ato representado por seu Sócio _____, brasileiro, _____, portador do documento de identidade nº _____ expedido pelo _____, e inscrito no CPF/MF sob o nº _____, resolvem celebrar o presente Contrato, que se subordina ao **Regulamento de Licitações e de Contratos do Sistema SEBRAE**, consolidado pela Resolução CDN nº 391, e as cláusulas e condições abaixo especificadas:

As partes resolvem celebrar o presente Contrato de Prestação de Serviços de Propaganda e Publicidade, observadas as normas aplicáveis à espécie, notadamente a Lei nº 4.680, de 18.06.65, o Decreto nº 57.690, de 01.02.66 e o Regulamento de Licitações e de Contratos do Sistema SEBRAE, e ainda, as cláusulas e condições seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO

O objeto do presente Contrato é a prestação de serviços de publicidade geral, legal e propaganda, englobando estudo, planejamento, conceituação, intermediação, supervisão da execução externa, a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, criação, produção, veiculação, distribuição e controle de campanhas e peças publicitárias avulsas, para atender a demanda do SEBRAE-PE, respeitados os termos do Edital de Concorrência nº 001/ SEBRAE-PE /2022 e seus anexos, a Proposta apresentada pela CONTRATADA, partes integrantes deste Contrato independente de transcrição.

Parágrafo Primeiro:

Os serviços técnicos e profissionais a serem prestados pela CONTRATADA, sem prejuízo de quaisquer outros necessários ao pleno cumprimento desta Cláusula, consistirão nas seguintes fases:

- a) Criação, formulação e apresentação de planos de campanhas de propaganda e projetos de promoção comercial ou institucional do SEBRAE-PE;



- b) Produção e execução dos planos e projetos de propaganda e promoção aprovados pelo SEBRAE-PE, responsabilizando-se pela idealização de todas as peças integrantes desses planos e projetos, que deverão ser igualmente aprovadas pelo SEBRAE-PE;
- c) Elaboração dos planos de mídia com base em estudos da influência e natureza dos veículos de divulgação mais adequados à difusão das campanhas de propaganda e das promoções do SEBRAE-PE;
- d) Veiculação ou distribuição de toda a propaganda que, por conta e ordem do SEBRAE-PE, lhe for incumbida;
- e) Fiscalização dos veículos de divulgação quanto ao cumprimento da veiculação dos anúncios e outras peças de propaganda e promoção que lhe for incumbida pelo SEBRAE-PE;
- f) Assessoramento no estudo e análise de mercados, produtos e ou serviços oferecidos ao público pelo SEBRAE-PE;
- g) Exame das condições e sistemas de distribuição e vendas ou serviços do SEBRAE-PE, para fins de propaganda e promoção;
- h) Quando solicitado pelo SEBRAE-PE, criação e produção de trabalhos gráficos, editoriais e visuais, mesmo que não se destinem à propaganda ou à promoção, reservando-se o SEBRAE-PE o direito de contratar esses serviços diretamente de terceiros.

Parágrafo Segundo:

A veiculação ou distribuição de todo e qualquer material somente será realizada após a aprovação por escrito do SEBRAE-PE.

Parágrafo Terceiro:

Aplica-se à execução dos serviços de que trata o caput desta Cláusula e os parágrafos antecedentes, as disposições constantes na Lei nº 4.680, de 18.06.65 e no Decreto nº 57.690, de 01.02.66, e ainda as Normas Padrão recomendadas pelo I Congresso Brasileiro de Propaganda e o Código de Ética dos Profissionais da Propaganda aprovado no referido Congresso.

Parágrafo Quarto

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

Parágrafo Quinto

Nas contratações de serviços de publicidade, poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:

1. Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas;
2. As pesquisas e avaliações terão a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato.



Parágrafo Sexto

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

1. À produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
2. À criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

CLÁUSULA SEGUNDA - DAS OBRIGAÇÕES DAS PARTES

São obrigações da CONTRATADA:

QUALIDADE

1. Desenvolver, mediante solicitação do SEBRAE-PE, pesquisa de opinião pública, de recall, Day After e outras que se fizerem necessárias à execução da estratégia de divulgação aprovada, reservando-se o SEBRAE-PE o direito de contratar esses serviços, no todo ou em parte, diretamente a terceiros;
2. Desenvolver estudos dos veículos de comunicação mais adequados à estratégia de divulgação do SEBRAE-PE, e ao seu público-alvo;
3. Todo serviço a ser prestado pela CONTRATADA deverá ser precedido da apresentação do competente projeto de apropriação de custos, onde constarão as especificações dos serviços, os preços (planilhas de custos / orçamento) e os prazos de execução, devendo ser orçado o valor de cada um dos serviços em função dos custos respectivos, obedecendo-se, rigorosamente, à sua compatibilidade com os preços de mercado, sob pena de responsabilidade civil;

SUPORTE

4. Prestar ao SEBRAE-PE os serviços ora contratados em caráter de exclusividade, obrigando-se a não assumir encargo de propaganda de mercadoria, produto ou serviço concorrente, salvo por explícita concordância do SEBRAE-PE;
5. Os serviços deverão ser executados pela CONTRATADA, com fornecimento de toda mão de obra, materiais, equipamentos e demais despesas necessárias à execução do objeto, sendo permitida a subcontratação parcial dos serviços necessários ao cumprimento do objeto contratado, desde que previamente aprovado pela CONTRATANTE, vedada a subcontratação de serviços afetos à criação/concepção das ações de publicidade;
6. Criar e produzir campanhas publicitárias e peças publicitárias avulsas;
7. Criar, produzir e distribuir peças promocionais diversas em apoio às campanhas publicitárias desenvolvidas e à atividade institucional do SEBRAE-PE;
8. Criar, produzir e veicular peça necessária à divulgação das publicações oficiais do SEBRAE-PE;
9. Acompanhar e fiscalizar, junto aos veículos de comunicação, o cumprimento da veiculação publicitária que lhe for incumbida pelo SEBRAE-PE, com o uso, se necessário, de instrumentos verificadores de circulação ou audiência que se preste a esse fim;
10. Manter, por si, por seus prepostos e subcontratados, irrestrito e total sigilo de todas as atividades desempenhadas em relação às características do SEBRAE-PE;
11. Obter, em caso de utilização de fotografia, trabalho artístico ou qualquer outro bem tangível de terceiros, na execução e divulgação dos serviços contratados, a liberação, licença, permissão ou autorização, utilizando-os estritamente dentro dos limites estipulados, de modo a preservar inteiramente o SEBRAE-PE de qualquer responsabilidade;



SUSTENTABILIDADE

12. Efetuar, sempre, cotações de preços para os serviços de terceiros, com pelo menos 03 (três) fornecedores, remetendo-as ao SEBRAE-PE para exame, aprovação e arquivo, quando essa contratação for indispensável;
13. Apresentar ao SEBRAE-PE, para prévia aprovação, todas as estimativas de custos de veiculação, produção e outros serviços que lhe forem incumbidos;
14. Todos os serviços realizados serão documentados através da apresentação dos respectivos comprovantes de veiculação, bem como cópias faturas e duplicatas quitadas emitidas pelos fornecedores subcontratados;
15. Repassar qualquer desconto e / ou bonificação obtidos na contratação de serviços de terceiros, incluídos os de veiculação, ao preço final a ser pago pelo SEBRAE-PE.
16. Solicitar, em todas as contratações e subcontratações que envolvam direitos de terceiros, de cada subcontratado, 02 (dois) orçamentos para execução do trabalho: um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão definitiva de tais direitos, ficando a critério do SEBRAE-PE a escolha de uma das opções;
17. Entregar todas as peças de propaganda criadas para o SEBRAE-PE ao término do presente contrato;
18. Efetuar todos os pagamentos decorrentes de serviços executados por ordem do SEBRAE-PE dentro das condições e prazos estipulados nas faturas originais de serviços, responsabilizando-se civil e criminalmente pelo não cumprimento destas obrigações;
19. Responsabilizar-se pelas despesas com deslocamento de seus profissionais ou de seus representantes, para fins de atendimento do SEBRAE-PE; essas despesas serão reembolsadas pelo SEBRAE-PE, desde que autorizadas previamente;
20. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos financeiros e que redundem em aumento de despesas ou perdas de descontos;
21. Administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, respondendo por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e o próprio SEBRAE-PE;
22. Providenciar de imediato as alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais trabalhos, mediante comunicação do SEBRAE-PE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data das ocorrências acima, desde que não causadas pela própria CONTRATADA.
23. Responder, perante o SEBRAE-PE e terceiros, por eventuais prejuízos ou danos decorrentes de sua demora ou de sua omissão, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de propaganda ou de qualquer erro seu em material publicitário;
24. Obter, além da concordância geral para campanhas e projetos promocionais, aprovação prévia do SEBRAE-PE para:
 - 24.1. Textos, leiautes, artes, storyboards, roteiros, filmes, vídeos, spots, jingles, fotografias e modelos;
 - 24.2. Programações de mídia;
 - 24.3. Estimativas de custos de todos os itens necessários à execução dos serviços.
25. Assistir à **Unidade Comunicação e Marketing (UMC)** do SEBRAE-PE em todas as áreas de sua atividade, sempre que solicitada;
26. Submeter-se à auditoria contábil pelo SEBRAE-PE, através de entidade ou empresa para isso designada, com aviso prévio de pelo menos 05 (cinco) dias;
27. Comprovar, a qualquer momento, o pagamento dos tributos que incidirem sobre a execução dos serviços prestados.



PRAZO

28. Os serviços deverão ser executados conforme venham a ser solicitados pela CONTRATANTE, e com sua prévia aprovação, devendo ser entregue no prazo máximo de 10 (dez) dias, contados da solicitação da CONTRATANTE;

São obrigações do SEBRAE-PE:

1. Designar empregado que acompanhará com a CONTRATADA, as fases de desenvolvimento e execução do objeto deste Contrato;
2. Verificar e aceitar as faturas emitidas pela CONTRATADA, recusando-as quando constatado pela CONTRATANTE que as mesmas estão inexatas ou desacompanhadas dos documentos exigidos neste contrato;
3. Prestar toda a orientação e informação necessária requerida pela CONTRATADA para melhor desempenho do objeto deste Contrato;
4. Cumprir as exigências legais de publicações de atos para a fiel observância do previsto no Edital de Licitação.
5. Fica facultado ao SEBRAE-PE o acompanhamento dos trabalhos de produção de campanhas e anúncios avulsos, juntamente com representantes credenciados pela CONTRATADA;
6. Por expressa autorização da CONTRATANTE, a CONTRATADA poderá negociar e veicular peça de mídia impressa e eletrônica de campanhas nacionais.

CLÁUSULA TERCEIRA - DO PREÇO DOS SERVIÇOS

A CONTRATADA receberá remuneração compatível com as normas de regência dos serviços de publicidade, especialmente na forma da Lei nº 4.680/65 e seu Decreto regulamentador e ainda, observando-se as Normas Padrão para prestação dos serviços.

Parágrafo Primeiro:

Atribui-se ao presente contrato o valor de R\$ 4.200.000,00 (quatro milhões e duzentos mil reais).

Esse valor poderá ser revisto, nos casos de alteração na política econômica e/ou de revisão no orçamento do SEBRAE-PE.

Parágrafo Segundo

Constitui-se, a estimativa de **R\$ 4.200.000,00 (quatro milhões e duzentos mil reais)** em mera previsão dimensionada, não estando o SEBRAE-PE obrigado a realizá-la em sua totalidade, e não cabendo à Contratada o direito de pleitear qualquer tipo de reparação, portanto o SEBRAE-PE se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a verba prevista.

Parágrafo Terceiro:

Para o pagamento do objeto do presente contrato, o fornecedor deverá entrar no canal Espaço do Fornecedor, através do link: <http://espacodofornecedor.pe.sebrae.com.br>, para solicitar a autorização do pagamento e em seguida enviar a nota fiscal.

Parágrafo Quarto

O SEBRAE-PE só receberá as notas fiscais até o dia 22 de cada mês. Os fornecimentos que não possam ser faturados até esta data deverão ser faturados a partir do 1º dia útil do mês seguinte.

Parágrafo Quinto

Na efetivação dos pagamentos serão observadas as seguintes regras:

- (1) Pelos serviços discriminados nas alíneas "a" a "g" do Parágrafo Primeiro da Cláusula Primeira, a remuneração, não cumulativa, será feita nas seguintes bases:
 - (a) Apropriação da parcela correspondente ao desconto da CONTRATADA (20%) que lhe for concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/65 e do art. 11, § 2º do Regulamento aprovado pelo Decreto nº 57.690, de 01.02.66;
 - (b) Honorários de ___% (_____ por cento) sobre o preço comprovado no caso dos serviços autorizados e executado por terceiros, excluídos os impostos incidentes sobre a operação;



- (c) Os serviços executados pela própria CONTRATADA serão remunerados em valores de acordo com a **Tabela Oficial do Sindicato das Agências de Propaganda de RECIFE-PE**, sofrendo os reajustes sempre que aquela Tabela venha a ser alterada pela citada Entidade;
- (d) os custos de produção de publicidade legal não serão cobrados do SEBRAE-PE.
- (2) Os serviços de que trata a alínea "h" do Parágrafo Primeiro da Cláusula Primeira e item 3 da Cláusula Segunda, quando solicitados, será remunerado pelo pagamento de honorários sujeitos o ajuste prévio entre o SEBRAE-PE e a CONTRATADA.
- (3) Serão remunerados à CONTRATADA os leiautes aprovados e cuja peça venha a ser cancelada pelo SEBRAE-PE antes de sua veiculação. Não serão remunerados os leiautes reprovados.
- (4) As despesas de viagens para representação ou com outro propósito não incluído na rotina dos serviços ora contratados, desde que previamente autorizados pelo SEBRAE-PE, serão reembolsadas mediante comprovação, pelo preço de custo, sem incidência de honorários ou de comissões, observadas, como parâmetros e limites, as normas internas do SEBRAE-PE que tratam do ressarcimento, reembolso e custeio de despesas do mesmo gênero.

Parágrafo Quarto

Nenhuma outra forma de pagamento será devida à CONTRATADA pelo SEBRAE-PE, seja a que título for além das estabelecidas no caput desta cláusula.

CLÁUSULA QUARTA - DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

O pagamento será efetuado em até 10 (dez) dias úteis contados da entrega e da aceitação dos serviços, mediante apresentação de notas fiscais e faturas discriminativas, que serão emitidas no dia subsequente ao da referida entrega.

Parágrafo Primeiro:

Os honorários referidos no item 02 da Cláusula Terceira serão pagos de acordo com o que for estipulado para cada caso.

Parágrafo Segundo:

Juntamente com a Nota Fiscal / Fatura deverão ser anexados: a ordem de serviço; a comprovação de que a matéria foi veiculada; a comprovação da aprovação pelo SEBRAE-PE dos preços apresentados; e a tabela ou demonstrativo do preço onde a matéria foi veiculada, vigente à época da veiculação.

CLÁUSULA QUINTA - DA MANUTENÇÃO DO EQUILÍBRIO ECONÔMICO E FINANCEIRO DO CONTRATO

Fica assegurada à Contratada, a manutenção do equilíbrio econômico financeiro do contrato, por meio de um dos seguintes dispositivos:

1. **Revisão** – quando ocorrerem fatos imprevisíveis ou previsíveis de consequências incalculáveis; em caso de força maior, caso fortuito ou fato do príncipe; quando esses fatos provocarem impactos significativos. Não há período / tempo mínimo para aplicação. Exemplo: alteração de uma alíquota de tributo ou encargo por força de lei etc. Não será concedida a revisão por mudança de regime de tributação da Empresa.
2. **Reajuste** – Tem como objetivo repor os efeitos da inflação sobre os valores estabelecidos corrigindo-os pelo índice do IPCA acumulado dos últimos 12 (doze meses) contados da data da apresentação da proposta.

Parágrafo Primeiro

Quando da solicitação do reajuste este somente será concedido se requerido pela contratada até a data do aniversário do contrato, levando-se em consideração a vigência contratual e mediante negociação entre as partes, considerando-se:

1. Os preços praticados no mercado e em outros contratos;
2. As particularidades do contrato em vigência;
3. A nova planilha com a variação dos custos apresentada;
4. A disponibilidade orçamentária do órgão ou entidade contratante.

Parágrafo Segundo



O reajuste dos valores utilizará o índice do IPCA (Índice de Preços ao Consumidor Amplo) ou outro que venha a substituí-lo (s), e será aplicado somente depois de decorridos 12 (doze) meses, contados da data da apresentação da proposta e será aplicada a partir do aniversário do contrato.

Parágrafo Terceiro

Ultrapassado o prazo do parágrafo primeiro e não solicitado o reajuste, será considerada a preclusão ao direito. E somente será aceita nova solicitação no aniversário seguinte da vigência contratual, e reportando-se ao índice do IPCA dos últimos doze meses.

Parágrafo Quarto

O reajuste concedido será registrado por mero apostilamento na pasta contrato, desnecessária a assinatura de termo aditivo. A Unidade de Suporte Jurídico – USJ responsabilizar-se-á pela sua elaboração e publicação aos interessados.

CLÁUSULA SEXTA – DAS PENALIDADES

A Contratada que convocada, dentro do prazo estabelecido, para assinar o contrato e não o fizer, poderá ser aplicada, conforme o caso, as seguintes sanções, sem prejuízo da reparação dos danos causados:

1. Advertência;
2. Multa;
3. Suspensão temporária de licitar ou contratar com o Sistema SEBRAE pelo prazo de até 02 (dois) anos.

Parágrafo Primeiro

Da aplicação das penas definidas neste item, caberá recurso no prazo de 02 (dois) dias úteis da intimação do ato.

Parágrafo Segundo

Pela inexecução total ou parcial das obrigações assumidas, a Administração poderá aplicar à empresa a ser contratada as seguintes penalidades:

OCORRÊNCIA	PENALIDADE
a) Quando se tratar de infração leve, a juízo da fiscalização, no caso de descumprimento das obrigações e responsabilidades assumidas ou, ainda, no caso de outras ocorrências que possam acarretar prejuízos ao SEBRAE/PE, desde que não caiba a aplicação de sanção mais grave.	Advertência escrita.
b) Pela reincidência do mesmo motivo que originou a aplicação da penalidade "Advertência".	Multa de 2% (dois por cento) sobre o valor contratual.
c) Pelo retardamento injustificado na execução do serviço/entrega dos materiais.	Multa de 0,33% (trinta e três décimos por cento) sobre o valor contratual, por dia de mora. Decorridos 30 (trinta) dias de atraso, o SEBRAE/PE poderá decidir pela continuidade da multa ou pela rescisão do contrato e cancelamento do contrato, combinada com a pena de suspensão de licitar ou contratar



	com o Sistema SEBRAE pelo prazo de até 02 (dois) anos.
d) Pela reincidência por mais de 02 (duas) vezes no retardamento injustificado na execução do serviço/entrega dos materiais.	Multa de 0,5% (meio por cento) sobre o valor contratual, por dia de mora. Decorridos 30 (trinta) dias de atraso, o SEBRAE/PE poderá decidir pela continuidade da multa ou pela rescisão do contrato e cancelamento do contrato, combinada com a pena de suspensão de licitar ou contratar com o Sistema SEBRAE pelo prazo de até 02 (dois) anos
e) No caso de inadimplemento total das obrigações.	Cancelamento do contrato e suspensão do direito de licitar ou contratar com o Sistema SEBRAE pelo prazo de até 02 (dois) anos.

Parágrafo Terceiro

Serão considerados injustificados os atrasos não comunicados tempestivamente, ou indevidamente fundamentados. A aceitação da justificativa ficará a critério do SEBRAE-PE.

Parágrafo Quarto

Sempre que não houver prejuízo para o SEBRAE-PE, as penalidades impostas poderão a seu critério, ser relevadas ou transformadas em outras de menor sanção.

Parágrafo Quinto

As penalidades acima poderão ser aplicadas cumulativamente, sem prejuízo de demais medidas judiciais cabíveis, no entanto as multas não poderão exceder a 10% (dez por cento) do valor do contrato.

Parágrafo Sexto

As multas deverão ser recolhidas dentro do prazo de 10 (dez) dias da data da intimação, não o fazendo a respectiva importância será automaticamente descontada da fatura a que fizer jus, ou ainda, quando for o caso, cobrada judicialmente.

Parágrafo Sétimo

Ficará impedida de licitar e contratar com o SEBRAE, por período de até 2 (dois) anos, sem prejuízo da aplicação de outras penalidades, a empresa que:

1. Apresentar documentos falsos ou falsificados;
2. Praticar atos ilícitos visando frustrar o objetivo do Contrato;
3. Cometer falhas ou fraudes na execução do Contrato;
4. For condenada definitivamente pela prática dolosa de fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;
5. Praticar atos ilícitos, demonstrando não possuir idoneidade para contratar com o SEBRAE/PE.

Parágrafo Oitavo

O cometimento de irregularidades na execução do contrato administrativo sujeitará o particular à aplicação de sanções administrativas, nos termos do contrato. A CONTRATADA será notificada por correspondência, através de Aviso de Recebimento, a ser juntado ao respectivo processo administrativo.



Parágrafo Nono

Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo que assegure defesa prévia do interessado, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar da comunicação expressa do SEBRAE-PE, sendo-lhe franqueada vista do processo.

Parágrafo Dez

As multas não têm caráter indenizatório e seu pagamento não eximirá a CONTRATADA de ser acionada judicialmente, pela responsabilidade civil derivada de perdas e danos junto ao SEBRAE/PE, decorrente das infrações cometidas.

CLÁUSULA SÉTIMA - DA PROPRIEDADE

Os materiais e as ideias utilizadas na propaganda dos produtos, mercadorias ou serviços, de propriedade presumível da CONTRATADA, os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexos da CONTRATADA constituirão propriedade exclusiva do SEBRAE-PE, durante a vigência deste contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, face à expressa e antecipada renúncia ora feita pela CONTRATADA, podendo o SEBRAE-PE, se de seu único e exclusivo interesse, explorar tais ideias e trabalhos na íntegra ou com modificações, diretamente ou através de terceiros, sem que lhe caiba qualquer ônus em relação à CONTRATADA renunciante. Nenhuma remuneração especial ou adicional será devida pelo SEBRAE-PE a CONTRATADA pela cessão definitiva dos direitos autorais descritos nesta Cláusula.

CLÁUSULA OITAVA - DA VIGÊNCIA

O prazo de vigência deste contrato será de 12 (doze) meses, com início em _____ e término em _____ podendo ser renovado, por iguais e sucessivos períodos até o prazo máximo de 60 (sessenta) meses.

CLÁUSULA NONA - DA DENÚNCIA

A qualquer tempo o presente Contrato poderá ser denunciado mediante comunicação por escrito dessa intenção, para que surta efeito no prazo de 30(trinta) dias após a referida comunicação, sem que caiba, à parte avisada, quaisquer indenizações.

CLÁUSULA DEZ – DA RESCISÃO

O presente contrato poderá ser rescindido por mútuo acordo ou poderá ser resolvido em favor do **SEBRAE/PE** a qualquer tempo, independente de notificação ou interpelação, judicial ou extrajudicial, nas seguintes hipóteses:

- I. Pelo seu inadimplemento total ou parcial;
- II. Pelo cumprimento irregular de cláusulas contratuais, especificações e prazos;
- III. Pela lentidão no seu cumprimento;
- IV. Pelo atraso injustificado no início da execução;
- V. Pela paralisação da execução, sem justa causa e prévia comunicação ao SEBRAE/PE;
- VI. Pela subcontratação total ou parcial do seu objeto, a associação da CONTRATADA com outrem, a cessão ou transferência, total ou parcial, bem como a fusão, cisão ou incorporação, não admitidas no contrato;
- VII. Pelo desatendimento das determinações regulares da autoridade designada para acompanhar e fiscalizar a sua execução, assim como as de seus superiores;
- VIII. Pelo cometimento reiterado de faltas na sua execução;
- IX. Pela decretação de falência;
- X. Pela dissolução da sociedade;
- XI. Pela alteração social ou a modificação da finalidade ou da estrutura da empresa, que prejudique a execução do contrato;
- XII. Por razões de interesse do SEBRAE/PE, desde que devidamente justificadas;
- XIII. Pela suspensão de sua execução, por ordem escrita do SEBRAE/PE, por prazo superior a 120 (cento e vinte) dias, salvo em caso de calamidade pública, grave perturbação da ordem interna ou guerra, ou ainda por repetidas suspensões que totalizem o mesmo prazo,



- independentemente do pagamento obrigatório de indenizações pelas sucessivas e contratualmente imprevistas desmobilizações e mobilizações e outras previstas, assegurado à CONTRATADA, nesses casos, o direito de optar pela suspensão do cumprimento das obrigações assumidas até que seja normalizada a situação;
- XIV. Pelo atraso superior a 90 (noventa) dias dos pagamentos devidos pelo SEBRAE/PE decorrentes de serviço, ou parcelas deste, já recebidos ou executados, salvo em caso de calamidade pública, grave perturbação da ordem interna ou guerra, assegurado à CONTRATADA o direito de optar pela suspensão do cumprimento de suas obrigações até que seja normalizada a situação;
- XV. Pela ocorrência de caso fortuito ou de força maior, regularmente comprovada, impeditiva da execução do contrato.

Parágrafo Primeiro

Em qualquer das hipóteses acima referidas, a Contratada deverá reparar integralmente os prejuízos causados ao CONTRATANTE, independente da aplicação das penalidades previstas neste instrumento, que poderão ser aplicadas no todo ou em parte, a critério exclusivo do Contratante.

Parágrafo Segundo

Rescindido o presente contrato por culpa da Contratada, o CONTRATANTE entregará os serviços, objeto deste instrumento, a quem ele julgar conveniente, sem qualquer consulta ou interferência da Contratada, que responderá na forma legal e contratual pela infração ou execução inadequada que tenha dado causa à rescisão.

Parágrafo Terceiro

Serão considerados injustificados os atrasos não comunicados tempestivamente e indevidamente fundamentados, e a aceitação da justificativa ficarão a critério do Contratante.

Parágrafo Quarto

Anteriormente à rescisão, será assegurada à **CONTRATADA** a possibilidade de exercer o contraditório e a ampla defesa, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados da notificação.

Parágrafo Quinto

Todos os pedidos formalmente realizados antes da rescisão deverão ser atendidos integralmente, no prazo e preço previstos, bem como os pagamentos ainda não realizados por serviços já prestados.

Parágrafo Sexto

No caso de rescisão provocada por inadimplemento da **CONTRATADA**, o **SEBRAE/PE** poderá deduzir, dos pagamentos devidos à **CONTRATADA** pelos serviços objeto deste contrato, o valor equivalente aos danos ou prejuízos causados ao **SEBRAE/PE**, mediante registro desse fato em documento específico

CLÁUSULA ONZE - DA COMPROVAÇÃO DE PAGAMENTO DE ENCARGOS

É assegurada ao SEBRAE-PE a faculdade de solicitar a CONTRATADA toda e qualquer documentação que comprove o correto e tempestivo pagamento de todos os encargos previdenciários, trabalhistas, fiscais e comerciais decorrentes da execução deste Contrato, tais como guias de recolhimentos de impostos e encargos inerentes à presente contratação.

CLÁUSULA DOZE - DO ACOMPANHAMENTO E DA FISCALIZAÇÃO

A CONTRATADA obriga-se a fornecer ao SEBRAE-PE ou a seu preposto indicado, as informações que lhe sejam solicitadas sobre o objeto desse contrato, bem como facilitar a fiscalização da execução dos serviços contratados.



Parágrafo Primeiro

A Unidade de Administração do SEBRAE-PE, acompanhará a execução dos serviços, sem prejuízo da responsabilidade da CONTRATADA, cabendo-lhe decidir pela aceitação dos serviços apresentados, exigindo o fiel cumprimento de todos os requisitos desse contrato e da proposta apresentada, avaliando, também, a qualidade dos serviços prestados, podendo rejeitá-los no todo ou em parte, com exposição de motivos.

Parágrafo Segundo:

A gestão do contrato de que trata este item não exclui, nem reduz a responsabilidade da CONTRATADA, inclusive perante terceiros, por qualquer irregularidade, ou ainda resultante de imperfeições técnicas, ou emprego de serviços e materiais inadequados ou de qualidade inferior e, na ocorrência deste, não implica em corresponsabilidade do SEBRAE-PE ou de seus funcionários e prepostos.

Parágrafo Terceiro:

Os responsáveis pela Gestão do Contrato terão, entre outras, as seguintes atribuições:

1. Proceder ao acompanhamento da entrega dos produtos;
2. Fiscalizar a execução do contrato quanto à qualidade desejada;
3. Comunicar à CONTRATADA sobre descumprimento do contrato e indicar os procedimentos necessários ao seu correto cumprimento;
4. Solicitar à Diretoria Executiva a aplicação de penalidades por descumprimento de cláusula contratual;
5. Atestar as notas fiscais dos serviços para efeito de pagamento.

Parágrafo Quarto:

Quaisquer exigências da fiscalização, inerentes ao objeto do Contrato, deverão ser prontamente atendidas pela CONTRATADA, sem ônus adicional para o CONTRATANTE.

Parágrafo Quinto:

Competirá ao gestor do contrato notificar à contratada, por escrito, sobre qualquer irregularidade encontrada na execução dos serviços para que sejam adotadas as medidas corretivas.

Parágrafo Sexto:

O CONTRATANTE se reserva o direito de rejeitar, no todo ou em parte, o serviço prestado, se em desacordo com o Contrato, e o pagamento só será realizado após o aceite do serviço.

CLÁUSULA TREZE - DA RESPONSABILIDADE DA CONTRATADA

A CONTRATADA responderá pelas consequências resultantes de qualquer ação judicial movida por terceiros contra o SEBRAE-PE, com base na legislação de proteção à propriedade industrial ou de direitos autorais, relacionados com os serviços objeto do presente Contrato.

Parágrafo Único: Na hipótese da CONTRATADA violar os direitos do autor e os direitos que lhe são conexos previstos na legislação específica, no ato da cessão dos referidos direitos ao SEBRAE-PE, será a mesma responsável pelos danos causados, além de outras cominações legais.

CLÁUSULA CATORZE - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Todas as despesas necessárias à formalização deste Contrato, bem como todos os tributos, tarifas e emolumentos dele decorrentes, ou de sua execução ou dos serviços contratados, e ainda todos os encargos de natureza trabalhista e previdenciários serão de responsabilidade da CONTRATADA, não havendo qualquer solidariedade por parte do SEBRAE-PE.

CLÁUSULA QUINZE – DOS CASOS OMISSOS

Quaisquer tolerâncias entre as partes não importarão em novação de qualquer uma das cláusulas ou condições estatuídas neste contrato, as quais permanecerão íntegras.

Parágrafo Único

Os casos omissos serão decididos pela contratante. A execução do presente contrato será regida, pelas suas cláusulas, pelos princípios da teoria geral de contratos e especialmente o



Regulamento de Licitações e de Contratos do Sistema SEBRAE, e os princípios que lhe são correlatos.

CLÁUSULA DEZESSEIS - DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

As despesas com a execução do presente Contrato, sob demanda, correrão à conta do Projeto / Atividade: Gestão da Comunicação e Imprensa; Ação Planejamento e Desenvolvimento de Campanhas Publicitárias.

CLÁUSULA DEZESSETE - DA GARANTIA CONTRATUAL

A empresa contratada deverá prestar garantia contratual de 5% (cinco por cento) sobre o valor da Contratação, em até 15 (quinze) dias após a assinatura do contrato, mediante: caução em dinheiro, fiança bancária ou seguro-garantia, ficando a modalidade de garantia a sua escolha.

Parágrafo Primeiro

A garantia prestada pela contratada poderá responder pelas multas que porventura venham a ser aplicadas em decorrência de inadimplemento de obrigações assumidas, ou por penalidade recebida, e, somente será levantada/ baixada após o término do contrato, desde que integralmente cumpridas todas as obrigações previstas neste instrumento;

Parágrafo Segundo

Havendo revisão do valor contratado ou alteração que implique no aumento quantitativo do objeto do contrato, o valor da garantia deverá ser complementado em igual proporção;

Parágrafo Terceiro

Em caso de fiança bancária, na carta fiança deverá constar expressa renúncia, pelo fiador, dos benefícios do art. 827 do Código Civil Brasileiro e conter cláusula de atualização;

Parágrafo Quarto

Se o valor da garantia for utilizado em pagamento de qualquer obrigação, inclusive indenização a terceiros, a Contratada se obriga a fazer a respectiva reposição, a fim de manter o percentual de 5% (cinco por cento) do valor do contrato, no prazo máximo de 72 (setenta e duas) horas, a contar da data em que foi notificada;

Parágrafo Quinto

A garantia será liberada ou restituída no prazo de até 15 (quinze) dias úteis após finalização do contrato e desde que:

1. Não tenha ocorrido nenhuma pena pecuniária aplicada à **Contratada**;
2. A empresa esteja isenta de qualquer obrigação e/ou penalidade pecuniária;
3. Tenha comprovado o pagamento de todas as obrigações fiscais, trabalhistas e previdenciárias relacionadas com os serviços contratados.

CLÁUSULA DEZOITO – DECLARAÇÕES E COMPROMISSOS

Para a execução deste contrato, 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 através de outrem, qualquer pagamento, doação, compensação, vantagens financeiras ou não financeiras ou benefícios de qualquer espécie que constituam prática ilegal ou de corrupção, conforme definido na Lei Federal nº 12.846/13, regulamentada pelo Decreto Federal nº 8.420/15, bem como nas regras contidas na Portaria Conjunta CGU/SMPE Nº 2279, de 09/09/2015, aplicável também às microempresas e empresas de pequeno porte.

Parágrafo Primeiro



O SEBRAE/PE declara que possui padrões de conduta a serem observados no relacionamento profissional de conselheiros, diretores, assessores, empregados, estagiários e empregados de outros SEBRAE/UF, cedidos ao SEBRAE/PE, credenciados, e terceirizados, entre si e com o seu público-alvo, fornecedores, parceiros e sociedade, em estrito cumprimento do Código de Ética – do SEBRAE-PE.

Parágrafo Segundo

O descumprimento de regras anticorrupção pela contratada, ensejará a rescisão motivada imediata do presente instrumento, independentemente de qualquer notificação, observadas as penalidades previstas neste Contrato.

Parágrafo Terceiro

A CONTRATADA declara, neste ato, sob as penas da lei, que não pratica ou aceita a exploração de trabalho escravo, forçado ou degradante, bem como, não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e de que não emprega menor de dezesseis anos, salvo na condição de aprendiz, a partir dos quatorze anos.

Parágrafo Quarto

A CONTRATADA declara, neste ato, sob as penas da lei, que não possui dirigentes, gerentes ou sócio que seja cônjuge ou companheiro e/ou parente em linha reta ou colateral, por consanguinidade ou afinidade até segundo grau, com o gestor do contrato, a analista

CLÁUSULA DEZENOVE – DA ALTERAÇÃO CONTRATUAL

O presente instrumento poderá ser alterado por Termo Aditivo, para complementação ou acréscimo ao objeto, observando o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, quando aplicável, mediante autorização expressa do SEBRAE-PE.

CLÁUSULA VINTE – DOS ANEXOS

Este contrato está vinculado ao processo licitatório PREGÃO PRESENCIAL Nº 024/SEBRAE-PE /2022, e seus anexos; aos documentos relacionados com a fase de habilitação, à proposta apresentada pela CONTRATADA e demais documentos que integram o processo licitatório, com obrigação de serem cumpridas todas as condições ali estabelecidas.

Parágrafo Primeiro

Havendo divergências entre as disposições contidas nos documentos referidos no subitem anterior, de natureza técnica, e as disposições deste contrato, prevalecerão aquelas sobre estas, salvo na ocorrência de erro material, quando serão adotadas as providências necessárias às correções.

CLÁUSULA VINTE E UMA – DA PROTEÇÃO A INFORMAÇÕES E DADOS PESSOAIS

A PARTE que recebe, armazena, transmite ou administra dados pessoais, garantirá a devida proteção e manuseio desses dados em conformidade com a Lei 13.709/18 (Lei Geral de Proteção de Dados), além das demais regras aplicáveis. Para os fins deste Contrato, informações ou dados pessoais significam todas as informações recebidas pela PARTE em qualquer forma tangível ou intangível referente, ou que pessoalmente identifiquem ou tornem identificáveis, qualquer titular de dados pessoais, a exemplo de nomes individuais, endereços, números de telefone, endereços de e-mail, histórico de compras, informações de contratação, informações financeiras, informações médicas, números de cartão de crédito, números de previdência social, cor, credo religioso, entre outros.

Parágrafo Único

Em relação a esses dados pessoais coletados pela PARTES, compete-lhes:

1. Usá-los apenas e estritamente para os propósitos cujos dados estão sendo transmitidos e sempre referente aos serviços descritos neste Contrato;



2. Tomar as medidas necessárias, levando em consideração os custos e possíveis consequências, para efetivamente evitar o uso não autorizado, a divulgação, a perda acidental, a destruição ou a danificação dos dados pessoais recebidos, incluindo implementar sistemas de segurança apropriados e limitando o conhecimento e manipulação dos dados pessoais apenas a poucas pessoas dentro da organização, que necessitem saber para que se atinjam os objetivos;
3. Não terceirizar/subcontratar o processamento dos dados pessoais recebidos, nem transferir o processamento ou tratamento para qualquer outra empresa ou terceiro, inclusive no exterior, sem o termo de consentimento prévio dos indivíduos cujos dados estão sendo transmitidos para terceiro;
4. Não divulgar nem compartilhar com terceiros quaisquer dados pessoais recebidos, salvo se o consentimento prévio por escrito tenha sido obtido e mediante termo de consentimento prévio dos indivíduos cujos dados estão sendo transmitidos para terceiro;
5. Não modificar qualquer finalidade ou propósito para o qual foi autorizada a transmissão, uso e/ou processamento de dados pessoais, assim como não combinar dados de diferentes indivíduos;
6. Eliminar os dados quando da conclusão das finalidades para as quais tais dados foram transmitidos, salvo as hipóteses legais, incluindo, mas não limitado, àquelas do artigo 16 da Lei nº 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados);
7. Permitir a qualquer tempo, a retificação de tais dados na forma da lei, com relação aos dados e informações pessoais tratados; e
8. Admitir e se responsabilizar, integralmente, pelo descumprimento de qualquer condição legal ou contratual com relação a tratamento de dados, sendo certo que na hipótese de violação, poderá a PARTE adimplente rescindir o presente instrumento por justa causa, além do dever da PARTE inadimplente de reembolsar qualquer custo e prejuízo eventualmente incorrido pela PARTE adimplente, inclusive por força de atuação de qualquer autoridade fiscalizadora ou agência governamental de proteção de dados, no Brasil.

CLÁUSULA VINTE E DUAS - DO FORO

Fica eleito o Foro de RECIFE-PE, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja para dirimir quaisquer questões oriundas do presente instrumento contratual.

E assim, por estarem de acordo, ajustadas e contratadas, depois de lido e achado conforme, as partes, a seguir, firmam o presente Contrato, em 2 (duas) vias, de igual teor e forma, para um só efeito, na presença de 02 (duas) testemunhas abaixo assinadas.

Recife,

Pelo SEBRAE-PE

Pela CONTRATADA:

Testemunhas:



**ANEXO III - CONCORRÊNCIA Nº 001/ SEBRAE-PE /2022
MODELO DE PROCURAÇÃO**

Pelo presente instrumento particular de procuração, a empresa ____, com sede ____, inscrita no CNPJ/MF sob o nº ____, Representada pelo(s) seu(s) sócio(s) ____, neste instrumento qualificado, nomeia e constitui seu bastante procurador o Senhor ____, residente e domiciliado ____, portador da cédula de identidade nº ____, inscrito no CPF/MF sob o nº ____, ao qual confere poderes para representar a OUTORGANTE, perante quaisquer repartições da Administração Pública Federal, Municipal e Estadual, empresas de Economia Mista, empresas do Sistema "S", podendo para tanto, acordar, discordar, transigir, dar e receber quitação, firmar compromissos assinar e autenticar documentos, interpor e desistir de recursos, assinar ata, no curso de qualquer processo licitatório, praticando todos os demais atos pertinentes à CONCORRÊNCIA Nº 001/SEBRAE-PE/2022.

Recife,



ANEXO IV – CONCORRÊNCIA Nº 001/SEBRAE-PE/2022
DECLARAÇÃO DE VERACIDADE DE DOCUMENTOS

Declaramos para todos os fins e efeitos, nos termos da lei, que as reproduções gráficas apresentadas são cópias fidedignas dos documentos originais que o edital de CONCORRÊNCIA nº 001/SEBRAE-PE/2022 exige como condição para habilitação jurídica, qualificação técnica, e/ou qualificação econômico-financeira, no referido processo de licitação, não havendo nenhuma alegação ou contestação quanto às suas validades e eficácia.

Assumimos toda e qualquer responsabilidade sob as penas da lei, sobre a legitimidade desses documentos e, com isso, fica a empresa _____ interessada no processo de licitação na modalidade de CONCORRÊNCIA, acima referida, desonerada do procedimento de autenticação das reproduções gráficas que apresenta, assim também de reconhecimento de firma, caso exigido.

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

Recife,

(Assinatura) _____

NOME DO RESPONSÁVEL: CPF/MF: RG:

RAZÃO SOCIAL DA EMPRESA - CNPJ/MF Nº (ou carimbo do CNPJ)

PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

EDITAL CONCORRÊNCIA Nº 001-2022 - AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

O documento acima foi proposto para assinatura digital através da plataforma de assinaturas do SEBRAE. Para verificar a autenticidade das assinaturas clique neste link

<https://assinaturadigital.sebrae.com.br/verificadorassinaturas/#!/search?codigo=88-4A-30-A0-B8-AA-2D-A7-73-5A-85-E5-A8-61-6C-1C-53-C7-42-CA> acesse o site

<https://assinaturadigital.sebrae.com.br/verificadorassinaturas/#!/search> e digite o código abaixo:

CÓDIGO: 88-4A-30-A0-B8-AA-2D-A7-73-5A-85-E5-A8-61-6C-1C-53-C7-42-CA

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status é(são):

✓ **Denise Guimaraes e Marabuco - 047.***.***-40** - 05/05/2022 09:49:28

Status: Assinado eletronicamente, mediante senha de rede, pessoal e intransferível

IP: 177.***.***.***8

✓ **Antonio Oliveira Castro - 045.***.***-87** - 05/05/2022 09:57:46

Status: Assinado eletronicamente, mediante senha de rede, pessoal e intransferível

IP: 177.***.***.***9

