

**1. DA CONVOCAÇÃO**

- 1.1** O Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado do Tocantins – SEBRAE/TO, sociedade civil sem fins lucrativos, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 25.089.962/0001-90, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação, nos termos do Regulamento de Licitações e Contratos do Sistema SEBRAE – Resolução CND n.º 213/2011, da Lei Complementar nº. 123/2006, recepcionada no âmbito do SEBRAE pela Resolução CDN nº. 166/2008 e da Instrução Normativa SEBRAE/TO n.º 42 00, aprovada pela Resolução DIREX n.º 013/2015, torna público que realizará licitação, na modalidade **CONCORRÊNCIA**, tipo **TÉCNICA E PREÇO**, nos seguintes termos:

**Data da Abertura: 18/05/2017**

**Horário: 14h30min**

**Local: Sede do Sebrae/TO**

**Endereço: Quadra 102 Norte, Av. LO- 4, n.º 01 Conj. 02, Palmas – TO.**

- 1.2** Não havendo expediente na data acima, fica a licitação automaticamente transferida para o primeiro dia útil subsequente, na mesma hora e no mesmo local.

**2. DO OBJETO**

- 2.1** Contratação de serviços de publicidade e propaganda a serem prestados, sob demanda, por 01 (uma) agência de publicidade e propaganda ao Sebrae/TO, incluindo: planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e 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, dentre outros, conforme condições e especificações constantes neste Edital e seus anexos e a seguir exposto:

- a) Estudo do conceito, ideia, marca, produto ou serviço a difundir, incluindo a identificação e análise de suas vantagens e desvantagens perante os seus públicos e, quando for o caso, em relação ao seu mercado e à sua concorrência;*
- b) Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado onde o conceito, ideia, marca, produto ou serviço encontre melhor possibilidade de assimilação;*
- c) Identificação e análise das ideias, marcas, produtos ou serviços concorrentes;*
- d) Exame do sistema de distribuição e comercialização, incluindo a identificação e análise de suas vantagens e desvantagens em relação ao mercado e à concorrência;*
- e) Elaboração do plano publicitário, incluindo a concepção das mensagens e peças (criação) e o estudo dos meios e veículos que, segundo técnicas adequadas, assegurem a melhor cobertura dos públicos e/ou dos mercados objetivados (planejamento de mídia);*
- f) Execução do plano publicitário, incluindo o orçamento e realização das peças publicitárias (produção) e a compra, distribuição e controle da publicidade nos veículos contratados (execução de mídia), e no pagamento das faturas. (CENP – CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS-PADRÃO. Normas-padrão da atividade publicitária. São Paulo, 1998, 8 e 9 pág.)*

- 2.2** Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os seguintes serviços especializados:

- a)** Planejamento e à execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os veículos de divulgação ou sobre os resultados das ações realizadas;

- b) Planejamento e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expansão dos efeitos das mensagens publicitárias em consonância com as novas tecnologias;
  - c) Desenvolvimento do Plano de Comunicação Publicitária, visando o alcance dos objetivos pretendidos e que a instituição obtenha o melhor retorno do seu investimento em publicidade, seja sob a forma de resultados imediatamente quantificáveis, seja pela agregação contínua de valor à sua marca, conceito ou ideia;
  - d) Contratação de serviços internos e/ou externos de pesquisas regulares de audiência, auditoria de circulação e controle de mídia, disponíveis no mercado, correndo por conta da agência e necessários à prestação de serviços ao Sebrae/TO.
- 2.3** A agência atuará por ordem e conta do anunciante/cliente, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, de veículos de comunicação e divulgação para a transmissão de mensagens publicitárias.
- 2.4** A agência de publicidade a ser contratada deverá prestar os seguintes serviços:
- 2.4.1 Do Plano de Comunicação**
- 2.4.1.1 Elaboração do Plano de Comunicação Publicitária**, incluindo a concepção das mensagens, ideias, marcas e peças (criação), análise perfil do público-alvo e/ou do mercado, análise de concorrência e o estudo dos veículos de comunicação que, seguindo técnicas adequadas, assegurem melhor possibilidade de assimilação e melhor cobertura dos públicos e/ou dos mercados objetivados;
  - 2.4.1.2 Execução do Plano de Comunicação Publicitária**, incluindo orçamento, acompanhamento, realização, entrega final com instalação e desinstalação das peças publicitárias (produção) e a compra, distribuição e controle da publicidade nos veículos contratados (execução de mídia);
  - 2.4.1.3 Elaboração e execução do Plano de Mídia**, incluindo estudo do público-alvo, indicação dos veículos, negociação de verba para contratação destes, compra, distribuição, controle e envio de material para os veículos;
- 2.4.2 Da Assessoria**
- 2.4.2.1 Assessoria e apoio no planejamento e na execução das ações de publicidade, relações públicas, marketing e endomarketing;**
  - 2.4.2.2 Assessoria na criação de estratégias de marketing e de comunicação digital que deem sustentação às ações institucionais de estímulo a experiências do consumidor com a marca Sebrae;**
  - 2.4.2.3 Assessoria na contratação e desenvolvimento de pesquisas de opinião e de mercado e outras que se fizerem necessárias à execução ou ao subsídio da estratégia de divulgação aprovada;**
- 2.4.3 Da Criação**
- 2.4.3.1 Planejamento e desenvolvimento de campanhas institucionais, promocionais e mercadológicas** para divulgação de produtos, serviços e projetos do SEBRAE/TO, incluindo direção de arte, criação e finalização das peças publicitárias, bem como envio dos arquivos aprovados e autorizados pelo anunciante/cliente aos fornecedores, como empresas gráficas, veículos de comunicação, dentre outras;
  - 2.4.3.2 Planejamento, concepção, criação e produção de textos de forma inovadora de comunicação publicitária, em consonância com as novas tecnologias,**

**comunicação digital e mídias sociais** para desenvolvimento, implementação, animação, disponibilização, produção e veiculação do material aprovado;

**2.4.3.3** Elaboração e desenvolvimento de marcas, identidade visual, expressões de propaganda, logotipos, símbolos, ilustrações, estampas, comunicação visual de eventos (feiras, seminários e afins) e outros elementos de comunicação visual, além de suporte no registro de sua propriedade pelo SEBRAE/TO;

**2.4.3.4** Editoração, adequação de conteúdo de linguagem, redação publicitária para as peças relacionadas à campanha e revisão de texto gramatical e ortográfico destas publicações, sejam elas impressas e/ou digitais;

**2.4.3.5** Planejamento, concepção e criação de **Campanhas de Endomarketing e Comunicação Interna**;

#### **2.4.4 Do Relatório**

**2.4.1** Elaboração de Relatórios de Campanhas e Projetos contendo objetivos, defesa, ações desenvolvidas, mídias utilizadas, peças criadas e produzidas, descrição do investimento da verba e indicadores de resultados a serem entregues mensalmente.

#### **2.4.5 Da Pesquisa**

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

#### **2.4.6 Do Monitoramento**

**2.4.6.1** Monitoramento e controle das inserções publicitárias (mídias contratadas), por meio de relatório mensal com comprovação das veiculações no ato da emissão da nota, sendo que, para as veiculações em mídias de massa (TV aberta, rádio, jornal, revista e internet), deverá apresentar relatório de comprovação das veiculações respectivas, produzido por empresa independente e especializada em aferição ou auditoria de veiculação de mídia, quando possível;

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

**2.6** **A execução dos serviços listados, inclusive outros inerentes à atuação das agências de publicidade, constituirá mera expectativa em favor da empresa contratada.**

**2.7** A execução dos serviços será realizada mediante acompanhamento e supervisão da **Comunicação** do SEBRAE/TO.

**2.8** **Caso a empresa a ser contratada não possua escritório em Palmas/TO, a mesma deverá constituir um escritório, em até 30 dias após a assinatura do contrato, indicando o endereço da instalação em Palmas/TO e o Profissional de Atendimento presencial em até 07 (sete) dias úteis, contados a partir da assinatura do contrato.**

### **3. DO VALOR ESTIMADO E DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

- 3.1 O valor global estimado para gastos com os serviços objeto da presente concorrência é de R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais), para um período de 12 (doze) meses, renováveis por até 60 meses, a critério da CONTRATANTE.**
- 3.1.1** A estimativa de R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais) constitui-se em mera previsão dimensionada, não estando o SEBRAE/TO obrigado a realizá-la em sua totalidade, e não cabendo à CONTRATADA o direito de pleitear qualquer tipo de reparação.
- 3.2** As despesas com o objeto desta concorrência onerarão verba própria do SEBRAE/TO consignada em seu orçamento através de rateio de custos entre as áreas demandantes.
- 3.3** Em ocorrendo alteração e ou prorrogação do contrato, o SEBRAE/TO consignará em seu orçamento, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.
- 3.4** O SEBRAE/TO se reserva no direito de revogar ou anular a presente licitação no todo ou em parte, caso seja necessário, e não está obrigado a realizá-la, não cabendo à Contratada o direito de pleitear qualquer tipo de reparação ou dano. Portanto, o SEBRAE/TO se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a verba prevista.
- 3.5 A estimativa dos gastos e os quantitativos descritos neste edital constituem mera previsão dimensionada com a demanda atualmente existente, não estando o SEBRAE/TO obrigado a executá-los totalmente ou, podendo ainda, fazer acréscimos ou supressões, observando para isto o valor global da verba orçamentária disponível e as regras estabelecidas neste instrumento e no Regulamento de Licitações e Contratos do Sistema SEBRAE, não cabendo a CONTRATADA o direito de pleitear qualquer tipo de reparação.**

#### **4. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO E DA LEGISLAÇÃO APLICÁVEL**

- 4.1** Somente poderão participar deste certame as licitantes legalmente constituídas no Brasil que atenderem a todas as condições de habilitação estabelecidas no item 10 deste Edital e que satisfaçam a definição de “agência de propaganda”, operando nos termos da Lei nº 4.680, de 18/06/65, e do seu Decreto regulador nº 57.690, de 01/02/66.
- 4.1.1** Para se manifestar nas fases do procedimento licitatório, as participantes poderão credenciar um representante, conforme item 7 deste edital;
- 4.1.2** Cada empresa credenciará apenas um representante, o qual será o único admitido a intervir no procedimento licitatório e a responder, por todos os atos e efeitos previstos neste edital, em nome da representada;
- 4.1.3** O representante da empresa deverá identificar-se com a apresentação do documento de identidade ou apresentação da cópia autenticada do documento de identificação.
- 4.2** Nenhum interessado poderá participar da presente licitação representando mais de uma licitante.
- 4.3** O não credenciamento de representante impedirá qualquer pessoa presente de se manifestar e responder pela licitante, sem prejuízo do direito de oferecimento dos documentos de habilitação e proposta.
- 4.4** Fica assegurado às licitantes, a qualquer tempo, mediante juntada dos documentos previstos neste item, a indicação ou substituição do seu representante junto ao processo.

- 4.5** Não poderão participar desta licitação:
- 4.5.1** Ex-empregado ou ex-dirigente de quaisquer das entidades ao SEBRAE/TO operacionalmente vinculadas, estes até 180 (cento e oitenta) dias contados da data da rescisão do contrato de trabalho, conforme art. 39, inciso II do Regulamento de Licitações e Contratos do Sistema SEBRAE, ressalvado o disposto no parágrafo único do mesmo dispositivo;
  - 4.5.2** Pessoa jurídica com suspensão temporária para licitar ou contratar com o Sistema SEBRAE, nos termos do artigo 31, inciso III do Regulamento de Licitações e Contratos do Sistema SEBRAE, enquanto durar o período de suspensão;
  - 4.5.3** Empresas reunidas em consórcio, empresas estrangeiras que não funcionem no País, que tenham falência decretada, estejam em concurso de credores, em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação.
- 4.6** Esta licitação é regida pelo Regulamento de Licitações e Contratos do Sistema Sebrae, bem como de acordo com Instrução Normativa do SEBRAE/TO - IN 42, que define a forma de contratação de serviços de comunicação social publicitária, prestados necessariamente por intermédio de agências de publicidade e propaganda.
- 4.7** O item 4.1 da referida IN 42 estabelece que a contratação dos serviços de publicidade seja processada pelo Sebrae/TO, por meio de licitação, respeitadas as modalidades definidas no Regulamento de Licitações e Contratos do Sistema Sebrae (RLCSS), adotando como obrigatório o tipo “técnica e preço”.
- 4.8** Em observação ao ACÓRDÃO Nº 3267/2013 – TCU – Plenário, o SEBRAE/TO adotará como peso: **50% para a proposta de preços e 50% para a proposta técnica.**
- 4.9** O Edital considera também os termos da Lei nº 4.680, de 18/06/1965, que dispõe sobre o exercício da profissão de publicitário e de agenciador de propaganda, e do Decreto nº 57.690, de 01/02/66, que regulamenta a referida Lei.

## **5. DO CREDENCIAMENTO, DAS PROPOSTAS E DA HABILITAÇÃO**

- 5.1** No dia, local e horário estabelecidos neste edital, as licitantes interessadas entregarão o credenciamento, as propostas e os documentos ao Presidente da Comissão de Licitação em 06 (seis) envelopes fechados contendo cada um, além do **nome, razão social e endereço da licitante**, a designação de seu conteúdo conforme adiante especificado.
- 5.1.1 ENVELOPE “A” PROPOSTA TÉCNICA (Apócrifa) - Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária:** será fornecido pelo Sebrae/TO e NÃO poderá ter qualquer identificação externa aposta pela licitante, sob pena de desclassificação.
- a)** O invólucro “A” deverá ser retirado pela interessada junto à Comissão Permanente de Licitação – CPL, na sede do SEBRAE/TO, na Quadra 102 Norte Avenida LO-4, LT 1, CJ 1, CEP: 77.006-006, no horário de funcionamento da entidade (8h às 12h e das 14h às 18h), mediante preenchimento de recibo contendo nome da empresa, CNPJ, endereço, telefone de contato e e-mail.
  - b)** Apenas o envelope “A” será fornecido pelo SEBRAE/TO, sendo que cada licitante deverá providenciar os demais envelopes necessários para participar do certame.

- c) **O Envelope “A” deverá ser entregue SEM lacre, sendo que este invólucro será lacrado pela Comissão Permanente de Licitação, durante a primeira sessão, conforme procedimentos formais.**

**5.1.2 ENVELOPE “B” PROPOSTA TÉCNICA – Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitária:** Deverá ser entregue fechado e rubricado no fecho, contendo a seguinte identificação:

**ENVELOPE “B”: PROPOSTA TÉCNICA**

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (Via Identificada)  
SEBRAE/TO - SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO ESTADO DO TOCANTINS  
CONCORRÊNCIA Nº 003/017  
RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

**5.1.3 ENVELOPE “C” CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS:** Deverá ser entregue fechado e rubricado no fecho, contendo a seguinte identificação:

**ENVELOPE “C”: PROPOSTA TÉCNICA**

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS SEBRAE/TO - SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO ESTADO DO TOCANTINS  
CONCORRÊNCIA Nº 003/2017  
RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

**5.1.4 ENVELOPE “D” PROPOSTA DE PREÇOS:** Deverá ser entregue fechado e rubricado no fecho, contendo a seguinte identificação:

**ENVELOPE “D”: PROPOSTA DE PREÇOS**

SEBRAE/TO - SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO ESTADO DO TOCANTINS  
CONCORRÊNCIA Nº 003/2017  
RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

**5.1.5 ENVELOPE “E” HABILITAÇÃO:** Deverá ser entregue fechado e rubricado no fecho, contendo a seguinte identificação:

**ENVELOPE “E”: HABILITAÇÃO**

SEBRAE/TO - SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO ESTADO DO TOCANTINS  
CONCORRÊNCIA Nº 003/2017  
RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

**5.1.6 ENVELOPE “F” CREDENCIAMENTO:** Deverá ser entregue fechado e rubricado no fecho, contendo a seguinte identificação:

**ENVELOPE “F”: CREDENCIAMENTO**

SEBRAE/TO - SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO ESTADO DO TOCANTINS  
CONCORRÊNCIA Nº 003/2017  
RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE

- 6.1 Não serão recebidos envelopes encaminhados por via postal, nem documentos apresentados por meio de disco magnético ou cópias em fax, mesmo autenticadas, e não será considerada para qualquer efeito a data em que tenham sido postados os envelopes, ou a entrega em local diferente do endereço indicado.
- 6.2 Não serão aceitos envelopes abertos ou sem a devida identificação, quando ela for exigida. A exceção a essa regra é a **PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA (Envelope "A")**, que não deverá ser identificada, cujo invólucro será fornecido pelo Sebrae/TO e não poderá conter qualquer identificação da licitante.
- 6.3 Havendo qualquer sinal de identificação no Envelope "A", nenhum Envelope daquela licitante será recebido e a mesma ficará impedida de participar do certame, registrando-se em ata.

#### 6.4 **SOBRE O CONTEÚDO DOS ENVELOPES**

##### 6.4.1 **Conteúdo do Envelope A:**

O invólucro A deverá conter a via apócrifa do Plano de Comunicação Publicitária, composto por: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia, sendo vedada a apresentação de qualquer tipo de identificação da licitante, tanto no envelope (que será fornecido obrigatoriamente pelo SEBRAE/TO) como em todo o seu conteúdo.

##### 6.4.2 **Conteúdo do Envelope B:**

O invólucro B terá o mesmo conteúdo do Envelope A, **com a identificação da licitante no Plano de Comunicação Publicitária**, composto pelo Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia.

##### 6.4.3 **Conteúdo do Envelope C:**

O invólucro C deverá conter as informações referentes à Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sendo vedada a aposição ao Envelope C, assim como aos documentos nele contidos de informação, de marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que permita a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada (Envelope A).

##### 6.4.4 **Conteúdo do Envelope D:**

O invólucro D deverá conter a Proposta de Preços da licitante, com declaração de proposta de remuneração pelos serviços prestados (conforme definido no edital), bem como declaração de que não será repassado ao Sebrae/TO o pagamento de tributos ou outros encargos e declaração sobre como tratará direitos autorais e patrimoniais pertinentes à execução do contrato.

##### 6.4.5 **Conteúdo do Envelope E:**

O invólucro E deverá conter os documentos relativos à Habilitação Jurídica, Qualificação Técnica, Qualificação Econômico-Financeira e Regularidade Fiscal, conforme dispõe o ite 10 deste Edital.

**6.4.6 Conteúdo do Envelope F:**

O invólucro F deverá conter os documentos descritos no item 7.

- 6.5** Todas as folhas dos envelopes A, B, C, D, E, F deverão ser entregues em ordem sequencial, com numeração de página. Tal medida visa salvaguardar os interesses dos participantes no aspecto de segurança e transparência do processo licitatório.
- 6.6** O não atendimento ao solicitado implicará na perda do direito a futuras reclamações quanto a um eventual extravio de documentos durante a tramitação do processo.

**7. DO CREDENCIAMENTO**

- 7.1** Os documentos de CREDENCIAMENTO deverão ser apresentados no Envelope F, em uma das seguintes formas:
- 7.1.1** Cópia autenticada do documento de identificação dos sócios e do representante legal (se houver);
  - 7.1.2** Por instrumento público de procuração;
  - 7.1.3** Por procuração particular com reconhecimento de firma em cartório, conforme constante no item 7.2;
  - 7.1.4** Por Cópia autenticada do Contrato Social, quando se tratar de representante legal.
- 7.2** A licitante que credenciar representante por meio de procuração particular, com reconhecimento de firma em cartório, deverá apresentar cópia autenticada do ato constitutivo – estatuto ou contrato social em vigor - devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais, para verificação dos poderes do outorgante. No caso de sociedade por ações e associações, deverá ser apresentado, ainda, cópia autenticada do documento de eleição de seus administradores;
- 7.2.1** Os documentos deverão estar acompanhados de todas as alterações, ou de documento consolidado.
- 7.3** A licitante que credenciar o representante legal da empresa deverá apresentar cópia autenticada do ato constitutivo - estatuto ou contrato social em vigor - devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais. No caso de sociedade por ações e associações, deverá ser apresentado, ainda, cópia autenticada do documento de eleição de seus administradores;
- 7.3.1** Os documentos deverão estar acompanhados de todas as alterações, ou de documento consolidado.
- 7.4** Fica assegurado às licitantes, a qualquer tempo, mediante juntada dos documentos previstos neste item, a indicação ou substituição do seu representante junto ao processo.
- 7.5** **As microempresas e empresas de pequeno porte que se encontrarem nas condições de usufruir dos benefícios da Resolução CDN n.º 166/2008 DEVERÃO apresentar a Declaração constante do Anexo III juntamente com os documentos relativos ao credenciamento.**
- 7.6** Na ausência da Declaração exigida no item anterior, e para fins de comprovação da condição de microempresa ou empresa de pequeno porte, será aceito o documento de constituição da empresa quando o mesmo informar a referida condição, ou ainda,



declaração preenchida de próprio punho, elaborada e assinada pelo representante legal presente na sessão.

- 7.7 **As licitantes deverão apresentar juntamente com o credenciamento, declaração (Anexo II), assinada pelo representante legal da empresa de que inexistente participação de empregado ou dirigente de quaisquer entidades operacionalmente vinculadas ao Sistema SEBRAE, bem como de ex-empregado ou ex-dirigente de quaisquer entidades operacionalmente vinculadas, estes até 180 (cento e oitenta) dias da data de respectiva rescisão do contrato de trabalho, seja em sua composição societária, seja como seu prestador de serviço, formalizado ou não.**
- 7.8 Na ausência da Declaração exigida no item anterior, será aceito declaração preenchida de próprio punho, elaborada e assinada pelo representante legal presente na sessão.

## 8. DA PROPOSTA TÉCNICA

- 8.1 **A Proposta Técnica será apresentada em três invólucros distintos, representados neste certame pelos envelopes A, B e C, respectivamente, a Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária, a Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitária e a Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.**

- 8.2 A Proposta Técnica consistirá de um conjunto de textos e anexos, conforme o seguinte detalhamento:

### 8.2.1 Especificações gerais sobre o formato:

- a) Todos os conteúdos dos três envelopes referentes à proposta técnica deverão, obrigatoriamente, ser apresentados em fonte Arial, tamanho 12, na cor preta, com alinhamento justificado, espaçamento entre as linhas de 1,5, encadernado, formato em papel A4, margens da página em configuração normal, com as medidas: Superior: 2,5 cm/ Inferior: 2,5 cm / Esquerda: 3 cm / Direita: 3 cm e numeração centralizada na parte inferior.
- b) Para o Plano de Comunicação Publicitária, constante nos **Envelopes A e B**, os textos, no total de cada invólucro, não poderão exceder a 12 (doze) laudas com no máximo 30 (trinta) linhas cada uma. Neste limite não serão contabilizadas as peças da ideia criativa.
- c) Para a Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos, que juntos formam o **Caderno de Textos e documentos**, constante no **Envelope C**, não poderá exceder 100 (cem) laudas com, no máximo, 30 (trinta) linhas cada uma.

### 8.2.2 Especificações gerais sobre o Plano de Comunicação Publicitária

- a) **A empresa, por meio do seu representante legal devidamente credenciado, deverá retirar junto à Comissão Permanente de Licitação, no prazo de até 03 (três) dias úteis anteriores a data da realização do certame, no local indicado no edital, o envelope padronizado destinado à apresentação da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.**
- b) A empresa participante deverá inserir nos envelopes A e B o Plano de Comunicação Publicitária e os anexos pertinentes.
- c) Para efeito de avaliação nesta fase, as empresas deverão apresentar uma campanha publicitária simulada sobre o tema hipotético apresentado no Briefing (Anexo I), documento que complementarizará este o edital.

**8.2.3 ESPECIFICAÇÕES DA PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA (ENVELOPE A)**

- a) O envelope destinado à **PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA – Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária** será padronizado e fornecido previamente pelo Sebrae/TO.
- b) A Proposta Técnica Apócrifa deverá ser apresentada sem a identificação da empresa proponente. Portanto, é vedada a aposição, neste Envelope e em todo o seu conteúdo, de qualquer identificação, marca, sinal ou outro tipo de elemento que possibilite identificar a licitante, inclusive etiquetas e lacres, sob pena de desclassificação.
- c) O **Envelope “A” - “PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA”** deverá conter o Plano de Comunicação Publicitária, composto por: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia, acompanhados dos anexos solicitados.

**8.3 O Plano de Comunicação Publicitária versará sobre os seguintes quesitos:**

**8.3.1 RACIOCÍNIO BÁSICO:** sob a forma de texto, o licitante deverá apresentar um diagnóstico das necessidades de comunicação social publicitária do SEBRAE/TO, evidenciando a compreensão sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados;

**8.3.2 ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA:** sob a forma de texto, o licitante deverá indicar e defender a estratégia publicitária escolhida para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo SEBRAE/TO, compreendendo:

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

**8.3.3 IDEIA CRIATIVA:** o licitante deverá apresentar, exclusivamente sob a forma de peças publicitárias, a sua resposta criativa aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação social publicitária.

- a) As peças de Ideia Criativa a serem apresentadas serão limitadas a 8 (oito);
- b) As impressões das peças apresentadas no item Ideia Criativa deverão ser afixadas sobre o papel cartão na cor branca (gramatura padrão, entre 180 a 500 g/m<sup>2</sup>). O tamanho das impressões e das pranchas em papel cartão na cor branca poderá ser escolhido pelas agências, desde que caibam no envelope padrão no formato 63 cm de largura x 90 cm comprimento em papel kraft, gramatura 140, a ser disponibilizado pelo SEBRAE/TO, sem danificar o invólucro nem as peças;
- c) A licitante que apresentar arquivos em DVD, CD e/ou pendrive de monstros ou peças de rádio e TV deverá utilizar, respectivamente, a extensão “monstro\_radio.mp3” e “monstro\_TV.wmv”. Fica a critério da licitante a nomeação dos arquivos, desde que não haja qualquer símbolo, sinal ou outro mecanismo que remeta a identificação da mesma;
- d) É vedada, para esse item, a apresentação de texto que explique a ideia criativa, suas peças, ou defenda as escolhas da agência. O proponente deve apenas

apresentar uma lista simples com o nome e/ou mídia sugerida das peças apresentadas.

**8.3.4 ESTRATÉGIA DE MÍDIA:** sob a forma de texto, tabelas, gráficos e/ou planilhas, o proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas de mídia recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação social publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível indicada no instrumento convocatório. A licitante apresentará também simulação de plano de distribuição, no qual identificará todas as peças e/ou materiais destinados à veiculação, exposição ou distribuição. Todas as peças e material que integrem a relação prevista na Ideia Criativa deverão constar dessa simulação, contendo um resumo geral com informações no mínimo sobre:

- a) O período de distribuição das peças e/ou material;
- b) As quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c) Os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d) Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- e) As quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou material de **não mídia**;
- f) Os valores (absolutos e percentuais) alocados na **produção de cada peça** e/ou material de **não mídia**;
- g) Os valores (absolutos e percentuais) alocados na **distribuição de cada peça** e/ou material de **não mídia**.

**8.3.5 Nessa simulação:**

- a) Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) Deve ser desconsiderado o repasse de desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- c) Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

**8.3.6** A licitante deverá apresentar os seguintes anexos do Plano de Comunicação Publicitária, os quais não serão contabilizados no total de páginas da proposta:

- a) Quadro resumo da distribuição da verba disponível na rubrica de veiculação, com identificação das peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de veiculação;
- b) Planilhas com simulação de Pedido de Inserção que corporifiquem a estratégia de mídia apresentada.

**8.3.7** Quando da elaboração da simulação do Plano de Mídia, bem como em qualquer outro custo apresentado na proposta técnica, as licitantes deverão utilizar os valores cheios, sem desconto das tabelas adequadas ao serviço em questão, sem considerar os percentuais que serão ofertados nas respectivas propostas de preço.

#### **8.4 ESPECIFICAÇÕES DA PROPOSTA TÉCNICA IDENTIFICADA (ENVELOPE B)**

**8.4.1** A via identificada A via identificada do plano de comunicação publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia

criativa, mas com a identificação da licitante.

#### **8.5 Especificações da Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (ENVELOPE C)**

**8.5.1 O Envelope “C” – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS** deverá conter as informações referentes à Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

**8.5.2** O julgamento do envelope C será feito pela mesma Subcomissão Técnica que julgará o conteúdo do envelope B. Assim, é vedada a aposição no Envelope “C” e em todos os documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que permita a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária não identificado (Envelope A), em qualquer momento anterior à abertura do invólucro da via identificada (Envelope “B”).

#### **8.5.3 Sobre a Capacidade de Atendimento:**

##### **a) Da apresentação da equipe:**

- I. Em forma de texto, a Capacidade de Atendimento apresentará a descrição da diretoria da empresa e da equipe, com a quantificação e qualificação do perfil dos profissionais para atender a conta do SEBRAE/TO, de maneira discriminada, por setor da agência, respondendo à demanda de profissionais relacionados para o atendimento minimamente estipulado, a saber:
  - 01 (um) Profissional de Atendimento para a conta;
  - 01 (um) Profissional Administrativo-Financeiro;
  - 01 (um) Profissional de Mídia com experiência de mercado de no mínimo 3 anos;
  - 01 (um) Redator Publicitário com experiência de mercado de no mínimo 3 anos;
  - 01 (um) Diretor de Arte com experiência de mercado em impresso e digital de no mínimo 3 anos;
  - 01 (um) profissional de planejamento com experiência de mercado de no mínimo 3 anos.
- II. Os profissionais acima relacionados poderão acumular até duas funções correlacionadas.
- III. Para cada um desses profissionais, deverão ser apresentadas cópias dos currículos resumidos (no mínimo nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando as áreas de atuação, de modo a possibilitar à Subcomissão Técnica avaliar capacidade de atendimento, de acordo com os critérios de julgamento.

##### **b) Da apresentação de outros documentos:**

- I. Apresentação de 01 (um) atestado fornecido por um cliente atendido pela agência, sendo o mesmo necessariamente pessoa de direito público ou privado, comprovando ter a licitante prestado, no mínimo, serviços de criação, execução e produção de campanhas e peças publicitárias, atestando ainda a pontualidade no atendimento às obrigações por ela assumidas.
- II. Apresentação textual das instalações físicas, instrumental técnico, infraestrutura e recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato.

- III. Descrição da forma de atendimento da agência a ser implantada na execução do contrato, incluídos os prazos a ser cumpridos em condições normais de trabalho para a criação de peça avulsa, campanha completa e para elaboração de plano de mídia.
- IV. Descrição de informações de marketing e comunicação a serem colocadas regularmente à disposição do Sebrae/TO, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

#### **8.5.4 Sobre o Repertório:**

- a) Na forma de peças publicitárias, limitadas a 15 (quinze), o Repertório deverá apresentar o desempenho do proponente na prestação de serviços publicitários, sendo, pelo menos: 1 (um) filme de TV, 1 (um) spot de rádio (podendo ser jingle), 1 (um) anúncio de jornal ou revista, 1 (uma) ação de internet (tais como hotsite, marketing viral, web banner e outros) e 1 (uma) peça de mídia exterior (outdoor, mobiliário urbano, busdoor e outros);
- b) Cada peça deve acompanhar documento assinado pelo anunciante responsável (cliente), com firma reconhecida, indicando onde e quando a peça foi veiculada e atestando a execução do trabalho da agência;
- c) As peças eletrônicas/digitais deverão ser fornecidas em DVD, CD e/ou pendrive;
- d) Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida nas especificações da proposta técnica, sua pontuação, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no item sobre o julgamento da proposta técnica;
- e) As peças e/ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pelo SEBRAE/TO;
- f) Não serão aceitos trabalhos que configurem apresentação de materiais especulativos (anúncios “fantasmas”), condenados pela Legislação da Propaganda, nem mesmo a título de exemplo ou sugestão.

#### **8.5.5 Sobre o Relato de Soluções:**

**8.5.5.1** Sob a forma de texto e de peças, cada licitante deverá apresentar no Envelope de Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:

- a) 01 (um) caso de sucesso da agência em planejamento publicitário, onde se compreenda o problema enfrentado, as soluções encontradas, a efetiva ação implementada e os resultados alcançados, demonstrando ainda conhecimento sobre o mercado atendido;
- b) O relato deverá ser apresentado em até 2 (duas) páginas de texto, em formato já especificado neste certame;
- c) O relato deverá estar formalmente referendado pelo respectivo cliente, sendo que este deverá rubricar a primeira e assinar a última página, evidenciando, ao final do documento: o nome empresarial, o nome do signatário e seu cargo ou função;
- d) É vedada a apresentação de relato referente a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pelo SEBRAE/TO;
- e) Anexos do Relato.

**8.5.5.2** Na forma de anexos, que não serão contabilizados na quantidade de páginas especificada para esse item, devem ser apresentadas as peças publicitárias objeto do relato, sendo permitida a inclusão de até 02 (duas) peças e/ou

material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas as peças eletrônicas/digitais deverão ser fornecidas em DVD ou CD:

- a) Tais peças devem estar acompanhadas da respectiva ficha técnica contendo título, data de produção, exposição e/ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo e o período de inserção.
- b) A apresentação de textos ou peças fora das especificações indicadas ou a não apresentação de qualquer dos itens solicitados configura descumprimento do certame, ficando a licitante sujeita a penalidades cabíveis.

**8.5.5.3** Na elaboração do Plano de Comunicação Publicitária, para efeito de avaliação, a licitante deverá apresentar uma campanha simulada sobre tema do briefing, com verba hipotética de **R\$ 100.000,00 (cem mil reais)** e período de execução da maneira que julgar mais eficiente.

**8.5.5.4 O briefing que descreve o problema de comunicação do SEBRAE/TO está no Anexo I desse Edital.**

## 9. PROPOSTA DE PREÇO

**9.1** No que tange ao conteúdo do **Envelope D**, que trata da **Proposta de Preços**, é importante primeiramente destacar quais são as situações em que uma Agência pode conceder ao cliente-anunciante redução de seus honorários e repasse dos honorários que os Veículos de Divulgação lhe concedam. Essas reduções podem acontecer nas seguintes situações:

**9.1.1 Desconto-Padrão:** refere-se ao repasse possível de ser feito pelas Agências de Propaganda aos clientes-anunciantes, quanto à remuneração de veiculação que lhes é paga pelos Veículos de Divulgação. As Normas-Padrão da Atividade Publicitária, estabelecidas pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), tratam do tema em seus itens 2.5 e 4.1, os quais dispõem que:

*2.5 O “Desconto-Padrão de Agência” de que trata o art. 11 da Lei nº 4.680/65 e art. 11 do Decreto 57.690/66, (...), é a remuneração destinada à Agência de Publicidade pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de clientes anunciantes.*

*4.1 É reservado exclusivamente à Agência como tal habilitada e certificada o “desconto padrão de agência”, nos termos do item 2.5 e seguintes destas Normas-Padrão, bem como eventuais frutos de planos de incentivo, voluntariamente instituídos por Veículos*

O Artigo 11 do Decreto n. 57.690/66 estabelece que:

*Art. 11. O Veículo de Divulgação fixará, em Tabela, a comissão devida aos Agenciadores, bem como o desconto atribuído às Agências de Propaganda.*

Portanto, constata-se que tanto o dispositivo legal citado como os dispositivos das normas convencionais estabelecem que é o veículo quem paga à agência a remuneração de veiculação, a qual é fixada em 20% sobre o valor da mídia, honorários esses que não podem ser repassados pelas Agências de Propaganda aos seus clientes, sob pena de infringir normas concorrenciais e as Normas-Padrão do CENP. Excepcionalmente, a Agência pode repassar parte dessa remuneração ao seu cliente, condição inclusive sugerida pelo CENP no Anexo B das Normas-

Padrão, de acordo com valor da verba destinada para investimentos em mídia pelo anunciante/cliente. Veja abaixo:

Normas-Padrão da Atividade Publicitária CENP

ANEXO "B"

SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS/BENEFÍCIOS

Instituído pelo item 6.4 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária

INVESTIMENTO BRUTO ANUAL EM MÍDIA	PERCENTUAL NEGOCIÁVEL DO DESCONTO-PADRÃO DE AGÊNCIA A SER APLICADO SOBRE O INVESTIMENTO BRUTO DO ANUNCIANTE
Até R\$ 2.500.000,00.	Nihil.
De R\$ 2.500.000,01 a R\$ 7.500.000,00.	Até 2% (dois por cento) do investimento bruto
De R\$ 7.500.000,01 a R\$ 25.000.000,00.	Até 3% (três por cento) do investimento bruto.
De R\$ 25.000.000,01 em diante.	Até 5% (cinco por cento) do investimento bruto.

Dessa forma, de acordo com a dotação orçamentária do SEBRAE/TO que lastreará o procedimento administrativo, o edital pode estabelecer, na Proposta de Preços, o repasse dos percentuais dos honorários de veiculação da Agência, como fator de pontuação.

**9.1.2 Desconto sobre honorários e custos internos:** as Agências de Propaganda podem conceder aos clientes-anunciantes descontos sobre seus honorários/remuneração, assim compreendidos:

- **Honorários de produção externa:** referem-se à remuneração da agência de 15% sobre serviços tecnicamente executados por fornecedores, decorrentes do trabalho técnico, intelectual e criativo da Agência.

Na forma do disposto do item 3.6.1 das Normas-Padrão CENP é permitida a negociação dos honorários, podendo ser integralmente eliminados/excluídos/suprimidos quando se tratar de ações de comunicação que geram veiculação.

*3.6.1 Os serviços e os suprimentos externos terão os seus custos orçados junto a fornecedores especializados, selecionados pela Agência ou indicados pelo Anunciante. O Cliente deverá pagar à Agência "honorários" de 15% (quinze por cento) sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados com quaisquer fornecedores.*

- **Custos internos:** referem-se a trabalhos de produção realizados internamente na Agência. É admissível a redução ou dispensa dos valores constantes da Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda da base territorial onde a licitação ocorrer.

**9.2** A Proposta de Preços contida no **Envelope "D"** deverá ser apresentada na forma e requisitos indicados nos subitens a seguir:

**9.2.1** Emitida por computador, em papel timbrado da licitante, redigida com clareza e na língua portuguesa, sem emendas, rasuras, acréscimos ou entrelinhas,

devidamente datada e assinada pelo representante legal ou quem tiver poderes para tal, como também rubricadas todas as suas folhas.

- 9.2.2** Fazer menção ao número desta Concorrência e conter a razão social da Licitante, o nº do CNPJ, números de telefone e e-mail e o respectivo endereço com CEP.

- 9.3** A **Proposta de Preços (Envelope D)** deverá conter a declaração de proposta de remuneração pelos serviços prestados, apresentada e devidamente preenchida com as informações constantes no modelo a seguir e no Anexo IV deste Edital:

#### DECLARAÇÃO

Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos:

- a. Desconto a ser concedido ao SEBRAE/TO, sobre os **custos internos**, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de Goiás: \_\_\_\_% (..... por cento);
- b. Honorários de .....% (..... por cento) incidentes sobre os **custos de produção** comprovados, realizados com a efetiva intermediação da CONTRATADA, cuja utilização pelo SEBRAE/TO **proporcione** à agência o **desconto padrão** de agência a ser concedido por **veículos de divulgação**.
- c. Honorários de .....% (..... por cento) incidentes sobre os **custos de produção** comprovados, realizados com a efetiva intermediação da CONTRATADA, cuja utilização pelo SEBRAE/TO **não proporcione** à agência o **desconto padrão** de agência a ser concedido por **veículos de divulgação**.

Declaramos ainda que não será repassado ao SEBRAE/TO o pagamento de tributos e outros encargos.

- 9.4** A licitante fará constar, ainda, em sua proposta de preços declaração de que tratará da questão dos **direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias** que vier a produzir, estabelecendo:

- 9.4.1** A cessão total e definitiva dos direitos patrimoniais de uso das ideias incluídos os estudos, análises e planos, peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato.

- 9.4.2** O compromisso de que:

- I. Em todas as contratações que envolvem direitos autorais de terceiros, responsabilizará por solicitar de cada terceiro que vier a ser contratado 02 (dois) orçamentos para execução do serviço, sendo: um de cessão de direitos patrimoniais por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que o SEBRAE/TO escolha uma das opções.
- II. Nos casos de cessão de direitos patrimoniais por tempo limitado, utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos dentro dos



limites estipulados no respectivo ato de cessão, de cuja negociação participará ao SEBRAE/TO, inclusive no que diz respeito à reutilização de peças publicitárias.

- 9.5** Deverá assumir também o compromisso de que, quando o SEBRAE/TO optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva dos direitos patrimoniais da obra artística, fará constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros, para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços, cláusulas escritas que:
- 9.5.1** Explicitem a cessão total e definitiva por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação, a produção e a direção, a composição, o arranjo e a execução de trilhas sonoras, as matrizes, os fotolitos e demais trabalhos assemelhados.
  - 9.5.2** Estabeleçam que o SEBRAE/TO possa, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente, com ou sem modificações, após o término do contrato ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.
  - 9.5.3** Considerem como já incluída no custo de produção qualquer remuneração devida a terceiros em decorrência da cessão de direitos, por tempo limitado ou total e definitiva.
- 9.6** A licitante deverá assegurar ainda que:
- 9.6.1** Negociará sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos, para os direitos de imagem de som e de voz profissionais do setor artísticos e sobre obras consagradas, nos casos de reutilização de peças publicitárias do SEBRAE/TO.
  - 9.6.2** Fará constar, em destaque, todos os orçamentos de produção de peças, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s) incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos.
  - 9.6.3** Garantirá a transferência, ao SEBRAE/TO, de toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços e/ou condições de pagamento junto a veículos e a fornecedores.
  - 9.6.4** A proposta de preços deverá permanecer válida e em condições de aceitação por um período mínimo de 60 (sessenta) dias contados da data de sua abertura, e a ausência deste prazo na proposta(s) implica em concordância tácita. Findo este prazo, ficam os licitantes liberados dos compromissos assumidos.
- 9.7** A proposta de preço apresentada e levada em consideração para efeito de julgamento será de exclusiva e total responsabilidade da Licitante, não lhe cabendo o direito de pleitear qualquer alteração.
- 9.8** A proposta de preços deverá permanecer válida e em condições de aceitação por um período mínimo de 120 (cento e vinte) dias contados da data de sua abertura, e a ausência deste prazo na proposta(s) implica em concordância tácita. Findo este prazo, ficam os licitantes liberados dos compromissos assumidos.
- 9.9** Serão desclassificadas as propostas que desobedecerem às condições do presente edital e que apresentem rasuras e falhas que impossibilitem a sua compreensão.

**10.1** Para habilitação nesta licitação, serão exigidos os documentos abaixo listados, que deverão estar contidos no **Envelope “E”**:

**10.1.1** HABILITAÇÃO JURÍDICA

- 10.1.1.1** Cópia autenticada do Documento de identificação dos sócios ou representantes legais;
- 10.1.1.2** Prova de registro comercial, no caso de empresa individual;
- 10.1.1.3** Ato constitutivo – estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, **tendo em seu objeto social as atividades típicas e exclusivas da propaganda**, em se tratando de sociedades simples ou empresária.
- 10.1.1.4** No caso de sociedade por ações ou associações, deverá ser apresentado, ainda, documento de eleição de seus administradores.

**Os documentos deverão estar acompanhados de todas as alterações ou de documento consolidado.**

**10.1.2** REGULARIDADE FISCAL

- 10.1.2.1** Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ);
- 10.1.2.2** Prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Municipais (CCM) da sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto da licitação;
- 10.1.2.3** Certificado de Regularidade do FGTS – CRF, para o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço.
- 10.1.2.4** Certidão de Regularidade com a Receita Federal do Brasil e Procuradoria Geral da Fazenda Nacional (Certidão Conjunta);
- 10.1.2.5** Certidão Negativa de Débitos Municipais, expedida pela Secretaria de Finanças ou órgão equivalente no domicílio sede da licitante ou outra na forma da lei;
- 10.1.2.6** Certidão Negativa de Débitos Estaduais, expedida pela Secretaria de Fazenda ou órgão equivalente no domicílio sede da licitante ou outra na forma da lei; ou apresentar Certidão de Não Contribuinte para comprovação dessa condição, se for o caso.

**10.1.3** QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

- 10.1.3.1** Apresentar **Declaração assinada** por representante legal, de que possui instalação e aparelhamento técnico adequado e disponível no Estado do Tocantins, para a realização dos serviços objeto desta Concorrência. No caso de a licitante se encontrar sediada fora do Estado, apresentar **Termo de Compromisso de que instalará um escritório para atendimento em Palmas/TO, no prazo máximo de 30 (trinta) dias, contados da data de assinatura do Contrato.**
- 10.1.3.2** **Relação de clientes regulares**, de âmbito nacional, estadual e/ou local, com indicação da data do período do atendimento, bem como os respectivos ramos de atividades, produtos e serviços a cargo da agência.
- 10.1.3.3** **Atestado(s) fornecido(s) por cliente(s)** (pessoa de direito público ou privado), relativos às atividades de publicidade e propaganda, atestando a aptidão da licitante para desempenho da atividade pertinente compatível

em características com o objeto da licitação e para o desempenho dos respectivos serviços.

#### **10.1.4 QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA**

**10.1.4.1 Certidão Negativa de Falência** expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, em data não superior a 60 (sessenta) dias da data da apresentação da proposta.

**10.1.4.2** No caso de sociedade civil não registrada na Junta Comercial, deverá ser apresentada Certidão Negativa de Execução Patrimonial da sede ou domicílio da licitante, também em data não superior a 60 (sessenta) dias da data da apresentação da proposta.

**10.1.4.3 Balço Patrimonial e Demonstrações Contábeis do último exercício social já exigível e apresentado na forma da Lei. Vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios. Não sendo a licitante obrigada a publicar suas Demonstrações Contábeis, deverá apresentar documento que suporte essa desobrigação.** Estes documentos deverão conter as assinaturas dos sócios, do contador responsável, com os respectivos termos de abertura e encerramento, registrados na Junta Comercial ou Cartório de Registro, comprovando a boa situação financeira da empresa.

**10.1.4.3.1 Caso a sociedade seja constituída no exercício em curso deverá apresentar balanço de abertura (caso não tenha movimentações) e balanço intermediário (com movimentações), com assinatura do sócio-gerente e do contador responsável, devidamente registrado ou autenticado na Junta Comercial ou Cartório de Registro.**

**10.1.4.3.2** A comprovação da boa situação financeira da licitante será feita através de cálculo dos índices contábeis abaixo relacionados:

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

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

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

**10.1.4.3.3 Os índices serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do número de registro no Conselho Regional de Contabilidade e apresentar resultado maiores que um (> 1).**

**10.1.4.3.4** A licitante com menos de um ano de existência, que ainda não tenha balanço, deverá apresentar demonstrações contábeis envolvendo seus direitos, obrigações e patrimônio líquido relativos ao período de sua

existência, avaliados por meio da obtenção de Índice de Solvência (S) maior ou igual a um ( $\geq 1$ ), conforme fórmula abaixo:

$$S = \frac{\textit{Ativo Total}}{\textit{Passivo Circulante}}$$

**10.1.4.3.5** A licitante que optar pela Declaração Simplificada de Rendimentos e Informações deverá comprovar a qualificação econômico-financeira, mediante a apresentação de cópia autenticada encaminhada à Receita Federal, referente ao último exercício.

#### **10.1.5 DECLARAÇÃO AO NÃO EMPREGO DE MENORES**

**10.1.5.1** Declaração atestando que **NÃO** emprega menores de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, e em qualquer trabalho menores de 16 (dezesseis) anos, salvo na condição de aprendiz a partir de 14 (quatorze) anos, conforme **MODELO DE DECLARAÇÃO AO NÃO EMPREGO DE MENORES** constante no Anexo V do presente Edital.

**10.2** Além das especificações contidas em cada um dos itens acima, as licitantes deverão observar quanto a todos os documentos o seguinte:

- a) **TODA A DOCUMENTAÇÃO DEVERÁ SER APRESENTADA EM ORIGINAL OU POR CÓPIA AUTENTICADA EM CARTÓRIO.**
- b) **As certidões emitidas via site que não forem apresentadas em cópia autenticada terão constatadas suas autenticidades nos sítios pertinentes.**
- c) **Não será admitido e nem acolhido, a apresentação de protocolo de solicitação junto ao órgão competente, bem como declaração, em substituição a qualquer documento solicitado neste Edital.**
- d) **A Presidente/Comissão Permanente de Licitação não autenticará documentos a luz do original, de acordo com o Inciso V do Art. 7º da Lei 8.935/1994.**
- e) **Os documentos e/ou certidões comprobatórios de regularidade ou de inexistência de débito deverão estar no prazo de validade neles consignados. Na falta desta informação serão considerados válidos por 90 (noventa) dias, contados, inclusive da emissão, aprovação ou da data de assinatura, pela autoridade.**

**10.3** Somente serão aceitos os documentos em perfeitas condições de legibilidade e entendimento.

**10.4** Em caso de dúvida quanto às informações contidas nos documentos comprobatórios da regularidade fiscal, a Comissão Permanente de Licitação poderá realizar consulta *on-line* aos sites dos órgãos responsáveis pela emissão dos mesmos.

**10.5 A Comissão Permanente de Licitação poderá, a qualquer tempo, realizar diligências a fim de verificar a veracidade do(s) Atestado(s) de capacidade técnica apresentados na qualificação técnica.**

**10.6** Todos os documentos deverão ser emitidos em favor do domicílio ou da sede da licitante.

**10.7 A falta da assinatura nas declarações exigidas no item 10.1.5 poderá ser suprida pelo representante legal presente à reunião de abertura dos envelopes, desde que ele tenha sido devidamente credenciado.**

- 10.8 A Comissão não exigirá, na fase de habilitação, nova cópia de documentos que tenham sido necessários e devidamente apresentados no momento do credenciamento.**
- 10.9** Os documentos e/ou certidões, quando sujeitas ao prazo de validade, só serão aceitos quando ainda não expirado o respectivo prazo.
- 10.10 A não apresentação de qualquer documento relacionado nos itens anteriores ou a sua apresentação em desacordo, prazo de validade e quantidades estipuladas, implicará na automática inabilitação da licitante, salvo o disposto no item 10.12.**
- 10.11** Em nenhum caso será concedido prazo para apresentação de documentos para a habilitação que não tiverem sido entregues na sessão própria, salvo o que dispõe o item 10.11.
- 10.12** Os documentos apresentados para “habilitação” ficarão anexados ao processo, sendo vedada a possibilidade posterior de retirada ou substituição.
- 10.13 As microempresas e empresas de pequeno porte, por ocasião da participação em certames licitatórios, deverão apresentar toda a documentação exigida para efeito de comprovação de regularidade fiscal, mesmo que esta apresente alguma restrição.**
- a) Caso vença o certame, à microempresa ou empresa de pequeno porte será assegurado o prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados a partir da data do julgamento da proposta, prorrogáveis por mais 05 (cinco) dias úteis, a critério da Administração, para regularização da documentação.
- b) **A não apresentação de documentos comprobatórios da regularização da documentação, no prazo estipulado, implicará na decadência do direito à contratação.**

## **11. DO JULGAMENTO E DA PROPOSTA TÉCNICA**

- 11.1** Para julgamento da licitação, baseada no critério de técnica e preço, a avaliação das propostas técnicas será feita por subcomissão técnica, cujos membros serão nomeados por portaria específica do representante legal do SEBRAE/TO, e que será constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação, conforme consta na Instrução Normativa – IN 42 do SEBRAE/TO.
- 11.2 A relação dos nomes referidos no item 11.1 será publicada em jornal de grande circulação, em prazo não inferior a 10 (dez dias) em que será realizada a sessão pública.**
- 11.3 Qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o item 11.2, mediante fundamentos jurídicos plausíveis, até 48 (quarenta e oito horas) após a publicação.**
- 11.4** Na apreciação das Propostas Técnicas será considerada a proposta publicitária desenvolvida e os documentos da licitante, sendo certo que receberá um máximo de 50 (cinquenta pontos), distribuídos entre os diversos quesitos de julgamento.
- 11.5** Para cada um dos quesitos há critérios de julgamentos listados, com pontuação específica.

A Subcomissão Técnica julgará as propostas com base na competência da agência em cumprir cada um dos critérios, de acordo com a escala abaixo, que considera quatro níveis de proficiência e suas descrições únicas sobre a expectativa da Subcomissão para cada nível da escala:

**TABELA 1 – Escala de Pontuação**

Níveis de Proficiência		Evidências quanto ao conteúdo apresentado	Escala de pontuação
NA	Não Atende	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Não atende ou atende minimamente aos critérios;</li> <li>▪ Apresenta qualidade abaixo do esperado;</li> <li>▪ O conceito não está claro, não está bem defendido ou sugere leitura desfavorável ao Sebrae do Tocantins;</li> <li>▪ Apresenta informações imprecisas ou inconsistentes;</li> </ul>	Até 30% da pontuação do critério
AP	Atende Parcialmente	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Atende parcialmente aos critérios do edital;</li> <li>▪ Atende com padrão de qualidade regular;</li> <li>▪ Limita-se a repetir informações do briefing;</li> </ul>	+ de 30% até 60% da pontuação do critério
AR	Atende com Ressalvas	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Atende aos critérios formais do edital com ressalvas;</li> <li>▪ Apresenta análise pouco além do briefing;</li> <li>▪ O conceito apresentado expande as qualidades positivas da marca Sebrae;</li> <li>▪ A estratégia é focada em resolver o problema de comunicação;</li> <li>▪ Apresenta evidências de inovação razoavelmente expressivas;</li> </ul>	+ de 60% até 90% da pontuação do critério
EX	Atende com Excelência	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Atende plenamente aos critérios estabelecidos pelo edital;</li> <li>▪ Atende ao objetivo do briefing, superando o padrão estabelecido;</li> <li>▪ Apresenta análise além das informações disponibilizadas pelo edital e seus anexos;</li> <li>▪ Apresenta proposta clara para enfrentar o problema de comunicação de forma simples e direta;</li> <li>▪ Estabelece inovação efetiva para atendimento ao problema de comunicação;</li> <li>▪ A estratégia apresentada é ousada e supera as expectativas;</li> <li>▪ Apresenta dados relevantes inerentes ao Sebrae e/ou aos pequenos negócios;</li> <li>▪ Estabelece novos padrões de atuação e/ou desempenho;</li> <li>▪ Apresenta conceito inovador, que cria posição única e expande as qualidades positivas da marca Sebrae;</li> <li>▪ Atua decisivamente para resolver o problema de comunicação;</li> </ul>	+ 90% até 100% da pontuação do critério

**11.6** Os membros da Subcomissão Técnica analisarão e julgarão os quesitos do Plano de Comunicação Publicitária, bem como os quesitos da Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos, com a prerrogativa de:

**11.6.1** Aplicar penalidade na pontuação de itens ou subitens de propostas que não atendam integralmente os critérios previstos neste edital.

**11.6.2** Desclassificar a proposta que:

**11.6.2.1** Não atender a quaisquer exigências legais deste edital e seus anexos;

- 11.6.2.2** Não alcançar, no resultado geral, a nota mínima de 35 (trinta e cinco) pontos;
- 11.6.2.3** Obter nota 0 (zero) na totalização de pontos de quaisquer subitens da Proposta Técnica;
- 11.6.2.4** Enquadrar em critério de desclassificação previsto neste edital.

**11.7** A Subcomissão Técnica levará em consideração as seguintes orientações:

**11.7.1** A nota final de cada quesito corresponderá à nota de consenso dos membros da Subcomissão Técnica.

**11.7.2** A nota total de cada licitante corresponderá ao somatório das notas dos quesitos de cada subitem de todos os itens da Proposta Técnica, a saber:

**a) Envelope A: Plano de Comunicação – Via não identificada com a pontuação máxima de 40 pontos assim distribuídos:**

- Raciocínio Básico: máximo de 8 pontos
- Estratégia de comunicação: máximo de 8 pontos
- Ideia Criativa: máximo de 15 pontos
- Estratégia de mídia: máximo de 9 pontos

**b) Envelope B:** A pontuação inerente ao conteúdo do envelope B de cada licitante corresponderá exatamente à sua pontuação obtida na análise técnica da via apócrifa (Envelope A).

**c) Envelope C:** Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos com a pontuação máxima de 10 pontos, sendo:

- Capacidade de atendimento: máximo de 3,34 pontos
- Repertório: máximo de 3,33 pontos
- Relato de Soluções: máximo de 3,33 pontos

**11.8** A pontuação final de cada Proposta Técnica será definida pela soma das notas atribuídas a cada um dos fatores relacionados acima, podendo totalizar 50 (cinquenta) pontos.

**11.9** Para a avaliação das propostas, a Subcomissão Técnica utilizará a referência da Escala de Pontuação (indicada na Tabela 1) e adotará critérios objetivos de julgamento descritos nas tabelas 2 e 3 a seguir, considerando para efeito de nota as seguintes pontuações máximas:

<b>TABELA 2 - PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA RELATIVA AO Plano de Comunicação Publicitária</b>					
<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA (Somatório dos Subitens 1 + 2 + 3 + 4): 40 (QUARENTA) PONTOS</b>					
<b>SUBITEM 1: RACIOCÍNIO BÁSICO</b>		<b>Pontuação máxima de cada quesito</b>	<b>Agência A</b>	<b>Agência B</b>	<b>Agência C</b>
<b>QUESITOS AVALIADOS</b>	a) Acuidade de compreensão da história e da natureza institucional do SEBRAE/TO, suas atividades, suas principais linhas de produtos e serviços e suas características mais significativas para a comunicação publicitária;	2,0			

	b) Acuidade de compreensão do papel do SEBRAE/TO no atual contexto social, político e econômico;	2,0			
	c) Compreensão da extensão, qualidade e formas do relacionamento do SEBRAE/TO com seus públicos;	2,0			
	d) Acuidade de compreensão do problema específico de comunicação do SEBRAE/TO e sua correta análise e inserção no atual cenário da instituição e das micro e pequenas empresas.	2,0			
	<b>Pontuação obtida no subitem 1 RACIOCÍNIO BÁSICO</b>	8,0			

<b>SUBITEM 2: ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO</b>		<b>Pontuação máxima de cada quesito</b>	<b>Agência A</b>	<b>Agência B</b>	<b>Agência C</b>
<b>QUESITOS AVALIADOS</b>	a) A adequação do partido temático proposto à natureza e à qualificação do SEBRAE/TO e o seu problema específico de comunicação;	2,0			
	b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa;	2,0			
	c) A riqueza de desdobramentos positivos para o SEBRAE/TO;	2,0			
	d) A evidência de pensamento estratégico de comunicação e sua relação positiva com o partido apresentado e com a natureza da instituição;	1,0			
	e) A qualidade dos desdobramentos em ações de comunicação integrada e digital;	0,5			
	f) A cobertura dos públicos-alvo por meio da linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida.	0,5			
	<b>Pontuação obtida no subitem 2 ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO</b>	8,0			

<b>SUBITEM 3: IDEIA CRIATIVA</b>		<b>Pontuação máxima de cada quesito</b>	<b>Agência A</b>	<b>Agência B</b>	<b>Agência C</b>
<b>QUESITOS AVALIADOS</b>	a) Sua adequação ao problema específico de comunicação do SEBRAE/TO;	2,0			
	b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerando os objetivos do SEBRAE/TO;	2,0			
	c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações;	2,0			
	d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;	2,0			
	e) A simplicidade da forma sob a qual apresenta;	1,0			
	f) Sua pertinência às atividades do SEBRAE/TO e à sua inserção na sociedade;	1,0			
	g) Os desdobramentos comunicativos que enseja;	1,0			
	h) A exequibilidade das peças;	1,5			
	i) A compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos;	1,0			
	j) A capacidade de síntese da estratégia de comunicação;	1,5			
	<b>Pontuação obtida no subitem 3</b>	15			



IDEIA CRIATIVA					
<b>SUBITEM 4: ESTRATÉGIA DE MÍDIA</b>		<b>Pontuação máxima de cada quesito</b>	<b>Agência A</b>	<b>Agência B</b>	<b>Agência C</b>
<b>QUESITOS AVALIADOS</b>	a) Conhecimento dos hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação da entidade;	1,0			
	b) Capacidade analítica evidenciada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da estratégia de mídia;	2,0			
	c) Criatividade e inovação nas soluções de mídia para atingir os objetivos de comunicação;	2,0			
	d) Coerência do plano de mídia proposto e economicidade na utilização da verba publicitária simulada na proposta;	2,0			
	e) Integração da estratégia de mídia com a estratégia de comunicação apresentada;	1,0			
	f) Pertinência, oportunidade e criatividade demonstradas ao propor o uso de recursos de comunicação de SEBRAE/TO;	0,5			
	g) Coerência e conhecimento ao propor a utilização de mídias digitais para atingir os objetivos de comunicação;	0,5			
<b>Pontuação obtida no subitem 4 ESTRATÉGIA DE MÍDIA</b>		9,0			

<b>TABELA 3 - PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA RELATIVA À Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b> <b>PONTUAÇÃO MÁXIMA (Somatório dos Subitens 5 + 6 + 7): 10 (DEZ) PONTOS</b>					
<b>SUBITEM 5: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO</b>		<b>Pontuação máxima de cada quesito</b>	<b>Agência A</b>	<b>Agência B</b>	<b>Agência C</b>
<b>QUESITOS AVALIADOS</b>	a) A quantidade e a qualificação dos profissionais a serem colocados à disposição do SEBRAE/TO, em Palmas/TO, nos diferentes setores da agência licitante, a adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária proposta e o atendimento à estrutura mínima exigida pelo SEBRAE/TO, com especial atenção à estrutura de produção digital;	1,3			
	b) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, que a licitante colocará regularmente à disposição do Sebrae do Tocantins, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato;	0,4			
	c) Operacionalidade do relacionamento entre o Sebrae do Tocantins e a licitante, indicada na proposta;	0,6			
	d) A infraestrutura técnica e operacional, bem como recursos materiais colocados à disposição do Sebrae do Tocantins na execução do contrato;	0,6			
	e) Relacionamento da licitante com outros clientes, conforme declarações apresentadas;	0,44			

	<b>Pontuação obtida no subitem 5 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO</b>	3,34			
--	--	------	--	--	--

<b>SUBITEM 6: REPERTÓRIO</b>		<b>Pontuação máxima de cada quesito</b>	<b>Agência A</b>	<b>Agência B</b>	<b>Agência C</b>
<b>QUESITOS AVALIADOS</b>	a) A ideia criativa e sua pertinência;	1,33			
	b) A clareza da exposição;	1,33			
	c) A qualidade da execução e do acabamento;	0,67			
<b>Pontuação obtida no subitem 6 REPERTÓRIO</b>		3,33			

<b>SUBITEM 7: RELATO DE SOLUÇÕES</b>		<b>Pontuação máxima de cada quesito</b>	<b>Agência A</b>	<b>Agência B</b>	<b>Agência C</b>
<b>QUESITOS AVALIADOS</b>	a) Avaliação da capacidade de detectar e delimitar problemas de comunicação;	0,7			
	b) A capacidade de equacionar e planejar uma solução efetiva para um problema de comunicação;	0,7			
	c) A evidência de perfeita concatenação entre causa e efeito;	0,6			
	d) A capacidade de medir adequadamente os resultados;	0,6			
	e) A evidência de adequada integração da comunicação digital com a comunicação publicitária;	0,73			
<b>Pontuação obtida no subitem 7 RELATO DE SOLUÇÕES</b>		3,33			

**11.10** Ao final dos trabalhos de julgamento das propostas, a Subcomissão Técnica elaborará ata de julgamento do Plano de Comunicação Publicitária e ata de julgamento da Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos, e as encaminhará à Comissão Permanente de Licitação, devidamente assinadas por seus integrantes, juntamente com as planilhas e com os **envelopes A e C** (e seus conteúdos), devendo em seus relatos formais numerar as propostas apócrifas, a fim de possibilitar identificá-las posteriormente.

## **12. JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS**

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

<b>DESCONTO / HONORÁRIOS / REPASSE</b>	<b>NOTAS</b>	<b>Pontuação máxima de cada quesito</b>	<b>Agência A</b>	<b>Agência B</b>	<b>Agência C</b>
<b>QUESITOS AVALIADOS</b>	a) Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Goiás.	Desconto igual a 0,0% N = 0,0 Desconto superior a 0,0% N = <b>0,10 x Desconto</b>	10 pontos		

	b) Percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, cuja utilização pelo SEBRAE/TO proporcione à agência desconto-padrão concedido por veículos de divulgação.	Honorários iguais ou superiores a 15% $N = 0,0$ Honorários inferiores a 15% $N = 0,5 \times (20,0 - \text{Honorários})$	10 pontos			
	c) Percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, cuja utilização pelo SEBRAE/TO não proporcione à agência desconto- padrão concedido por veículos de divulgação.	Honorários iguais ou superiores a 15% $N = 0,0$ Honorários inferiores a 15% $N = 0,5 \times (60,0 - \text{Honorários})$	30 pontos			
<b>PONTUAÇÃO TOTAL</b>			<b>50 pontos</b>			

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

**12.3** As notas serão calculadas com, no máximo, duas casas decimais, sem arredondamento.

**12.4** A pontuação final de cada Proposta de Preços será definida pela soma das notas atribuídas a cada um dos campos relacionados na tabela acima, completando o total de 50 (cinquenta) pontos.

**12.5** Serão desclassificadas às licitantes que não atenderem às exigências do ato convocatório.

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

**12.7** Serão desclassificadas as licitantes que não atenderem às exigências do ato convocatório.

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

### **13. NOTA FINAL DA LICITAÇÃO**

**13.1** O objeto da licitação será adjudicado à proponente que obtiver a maior pontuação na Nota Final, calculada através da soma simples das Notas Técnicas e de Preço, salvo eliminação posterior na fase de habilitação, conforme a seguinte expressão:

$$\text{NF} = \text{Nota Técnica Final} + \text{Nota de Preços Final}$$

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

a) Ideia Criativa

- b) Estratégia de Mídia
- c) Estratégia de Comunicação Publicitária
- d) Raciocínio Básico

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

#### **14. DAS SESSÕES DE JULGAMENTO**

**14.1** Serão realizadas ao todo 04 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes.

**14.2** A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil.

**14.3** Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns entre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas e Documentos de Habilitação nas respectivas sessões públicas.

**14.4** A Comissão Permanente de Licitação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão, no interesse do SEBRAE/TO, relevar omissões puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência.

**14.5** Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos envelopes com as Propostas Técnica e de Preço.

**14.6** O julgamento das Propostas Técnica e de Preço e o julgamento final deste certame serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados neste Edital.

**14.7** Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação dos contratos ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

**14.8** Qualquer tentativa por parte de licitante(s) de influenciar a Comissão Permanente de Licitação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

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

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

**14.11** As sessões serão realizadas da seguinte forma:

**14.11.1 Primeira Sessão** – será realizada no dia, hora e local estabelecidos no item 1 deste edital e terá a seguinte pauta inicial:

- a) Identificar e credenciar os representantes das licitantes, por meio da documentação exigida neste Edital;
- b) Receber os **envelopes A, B, C, D, E e F** de cada empresa participante;
- c) Conferir se esses invólucros estão em conformidade com as disposições do edital;
- d) Reservar o envelope sem identificação em local separado, onde serão recepcionados todos os envelopes sem identificação das empresas participantes;
- e) O **Envelope A**, com a **via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária**, só será recebido pela Comissão de Licitação se o invólucro e o seu conteúdo:
  - I. Não estiver identificado;
  - II. Não apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Envelope B;
  - III. Não estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Envelope B.

**14.11.1.1 A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:**

- a) Rubricar, no fecho dos Envelopes **B, D, e E** (sem abri-los), mantendo-os fechados, sob a guarda e responsabilidade da Comissão Permanente de Licitação, e separados dos invólucros **A e C**;
- b) Trazer do local separado os **Envelopes A**, retirar e rubricar o seu conteúdo;
- c) Trazer do local separado os **Envelopes C**, abrir cada um, retirar e rubricar o seu conteúdo;
- d) Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos que constituem os **Envelopes A e C**.
- e) Lacrar os **Envelopes A e C**, assinando nos respectivos lacres e reservando-os em grupos separados.
- f) Informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão.

**14.11.1.2** A Comissão Permanente de Licitação adotará medidas para evitar que seus membros e/ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

**14.11.1.3** Se, ao examinar ou ao rubricar os conteúdos dos **Envelopes A e C**, a Comissão Permanente de Licitação e/ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão Permanente de Licitação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

**14.11.1.4** A Comissão Permanente de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos **Envelopes A** nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

**14.11.1.5** Abertos os **Envelopes A e C**, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão Permanente de Licitação.

- 14.11.1.6** Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão Permanente de Licitação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no edital.
- 14.11.1.7 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão adotados os seguintes procedimentos:**
- a) Encaminhamento, pela Comissão Permanente de Licitação à Subcomissão Técnica, dos **Envelopes “A”** de todas as licitantes, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária e dos **Envelopes “C”**, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
  - b) Análise e julgamento consensual, pela Subcomissão Técnica, das **vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária e da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**, de acordo com os critérios especificados no Edital;
  - c) Elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Permanente de Licitação, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações deliberadas, bem como de planilha com as pontuações deliberadas em consenso pelos membros da Subcomissão;
- 14.11.1.8** Se alguma Proposta Técnica for desclassificada, com base em alguma regra prevista no edital, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme as regras previstas no Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase. Essa regra não se aplica aos casos em que o descumprimento de regras previstas no Edital resulte na identificação da licitante antes da abertura do Envelope B.
- 14.11.1.9** As planilhas com as pontuações deliberadas em consenso pelos membros da Subcomissão conterão, respectivamente, as pontuações acordadas para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações acordadas para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.
- 14.11.1.10** O julgamento das propostas técnicas será realizado exclusivamente com base nos critérios especificados no instrumento convocatório e, uma vez que o julgamento da Subcomissão Técnica será realizado com base nesses critérios, as notas atribuídas não serão justificadas.
- 14.11.1.11** A Subcomissão Técnica observará e 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. Após a reavaliação, a pontuação original poderá ser mantida ou alterada, em função do entendimento consensual da Subcomissão com base nos critérios do edital. As planilhas com as pontuações deliberadas em

consenso pelos membros da Subcomissão deverão conter as pontuações finais, levando em consideração a reavaliação.

**14.11.1.12** Após receber as atas de julgamento das **Propostas Técnicas (Envelopes A e C)**, respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, para participar da segunda sessão pública.

**14.11.2 Segunda Sessão** – terá a seguinte pauta básica:

- a) Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) Abrir os **Envelopes B** de todas as licitantes;
- c) Cotejar as vias não identificadas (**Envelope A**) com as vias identificadas (**Envelope B**) do plano de comunicação publicitária, para identificação de sua autoria;
- d) Elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada proposta técnica;
- e) Proclamar o resultado do **julgamento geral da proposta técnica**;
- f) Informar que o resultado do julgamento geral das propostas técnicas será publicado, com a indicação dos proponentes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo prazo para interposição de recurso.

**14.11.2.1** Além das demais atribuições previstas, é responsabilidade à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela Comissão Permanente de Licitação, para responder a questionamentos de ordem técnica.

**14.11.3 Terceira Sessão** – Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) Abrir os **Envelopes D**, com a proposta de preço, cujos documentos serão rubricados pelos membros da comissão permanente de licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por representante por eles indicado.
- c) Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos integrantes dos **Envelopes D**;
- d) Analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências do edital para a elaboração das propostas de preço e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- e) Identificar a **proposta de menor preço** e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes, de acordo com as disposições constantes no edital.
- f) Declarar **vencedor do julgamento final das propostas técnica e de preço** de acordo com as disposições constantes no edital.
- g) Informar que o resultado do julgamento da proposta de preço e do julgamento final das propostas será publicado no site do Sebrae/TO, abrindo prazo para interposição de recurso.

**14.11.4 Quarta Sessão** – Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) Abrir os **Envelopes E**, cujos documentos serão rubricados pelos membros da comissão permanente de licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por representantes por eles indicados;
- c) Analisar a conformidade dos documentos de habilitação com as condições estabelecidas neste edital e na legislação em vigor;
- d) Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos integrantes dos **Envelopes E**;

**14.11.4.1 Ao final, a Comissão Permanente de Licitação informará:**

- I. O resultado da habilitação na sessão ou suspender a sessão para análise dos documentos ou para realização de diligência;
- II. Que o resultado da habilitação será publicado com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados, abrindo prazo de 05 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no Regulamento de Licitações e de Contratos do Sistema Sebrae;
- III. Que será publicado o nome da licitante vencedora desta concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

**15. DOS PRAZOS E DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS**

**15.1** Questionamentos poderão ser encaminhados ao SEBRAE/TO, por escrito, aos cuidados da Comissão Permanente de Licitação através do e-mail [cpl@to.sebrae.com.br](mailto:cpl@to.sebrae.com.br).

**15.1.1** Só terão validade os esclarecimentos sobre o conteúdo desta Concorrência que forem prestados, por escrito, pela Comissão Permanente de Licitação através do e-mail [cpl@to.sebrae.com.br](mailto:cpl@to.sebrae.com.br).

**15.2** O presente edital poderá ser impugnado, no todo ou em parte, até 02 (dois) dias úteis antes da data fixada para o recebimento das propostas.

**15.3** Os recursos referentes à habilitação, à inabilitação e ao julgamento das propostas serão cabíveis em um único momento, isto é, depois de divulgado o resultado da análise dos documentos de habilitação e da proposta em evidência.

**15.4** Havendo manifestação de intenção de interposição de recurso, será aberto o prazo de 05 (cinco) dias úteis para que sejam apresentados recursos fundamentados e por escrito, dirigidos ao Diretor Superintendente do SEBRAE/TO, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação, os quais deverão ser protocolados no Departamento de Licitações do SEBRAE/TO.

**15.5** Caso haja a interposição de recurso, será aberto o prazo de 05 (cinco) dias úteis para que sejam apresentadas as contrarrazões por escrito, dirigidos ao Diretor Superintendente do SEBRAE/TO, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação, as quais deverão ser protocolados no Departamento de Licitações do SEBRAE/TO.



- 15.6** Os recursos e as contrarrazões deverão ser protocolados na Sede do SEBRAE/TO, situado na 102 Norte, Av. LO-4, nº 01, Plano Diretor Norte, Cep.77.006-006, Centro, Palmas/Tocantins, na COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO.
- 15.6.1** Serão aceitos pela Comissão Permanente de Licitação os recursos e as contrarrazões enviados ao e-mail [cpl@to.sebrae.com.br](mailto:cpl@to.sebrae.com.br), desde que as vias originais sejam enviadas posteriormente via correios ou protocoladas presencialmente.
- 15.7** A ausência de manifestação imediata da licitante a respeito de interposição de recurso acarretará a decadência do direito de recurso e o encaminhamento do processo à autoridade competente para a **homologação e adjudicação**.
- 15.8** Os recursos terão efeito suspensivo.
- 15.9** Os recursos e as contrarrazões serão julgados no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contados da data final para sua interposição, pelo Diretor Superintendente do SEBRAE/TO ou por quem este delegar competência, sendo que a divulgação do julgamento se dará por intermédio de e-mail ou pela internet, por meio do site [www.sebrae.com.br/tocantins](http://www.sebrae.com.br/tocantins).
- 15.10** O provimento de recursos pela autoridade competente somente invalidará os atos insuscetíveis de aproveitamento.

## **16. DA GESTÃO, FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO DOS SERVIÇOS**

- 16.1** O gerenciamento e a fiscalização dos serviços caberão à Unidade de Comunicação do SEBRAE/TO.
- 16.2** A Comunicação do SEBRAE/TO acompanhará a execução das etapas dos serviços e avaliará a qualidade dos mesmos, podendo rejeitá-los em parte ou no todo, com exposição de motivos, assim como poderá fiscalizar, a seu critério, a aplicação dos recursos pelas agências na contratação de fornecedores e veículos.
- 16.3** A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará na dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância do SEBRAE/TO.
- 16.4** A ausência de comunicação, por parte do SEBRAE/TO, de irregularidade ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste edital e seus anexos.
- 16.5** A fiscalização de que trata esta cláusula não excluirá e nem reduzirá a responsabilidade da Contratada por danos causados ao SEBRAE/TO, decorrentes de ato ilícito na execução do Contrato ou a terceiros, ou por qualquer irregularidade e, na ocorrência desta, não implica corresponsabilidade do SEBRAE/TO.

## **17. DO CONTRATO**

- 17.1** O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses a partir da data de sua assinatura pelo SEBRAE/TO, podendo ser prorrogado, mediante termo aditivo, limitada a duração do contrato a 60 (sessenta) meses, incluindo o primeiro período de contratação.
- 17.2** A licitante vencedora terá o prazo de até 05 (cinco) dias para a assinatura do Contrato, contados da data Comunicação, expedida pelo SEBRAE/TO.

- 17.3** É facultado à Diretoria Executiva do SEBRAE/TO, quando a convocada não assinar o referido documento no prazo e condições estabelecidas, chamar as licitantes remanescentes na ordem de classificação ou revogar o procedimento licitatório.
- 17.4** **O contrato poderá ser rescindido pelo descumprimento de suas cláusulas e itens.**
- 17.5** As disposições e especificações constantes deste Edital, bem como os compromissos assumidos pela proponente, para todos os efeitos legais serão partes integrantes do contrato, independentemente de sua transcrição.
- 17.6** **O contrato poderá ser aditado nas hipóteses de complementação ou supressão do quantitativo do objeto licitado em até 25% (vinte e cinco por cento) do seu valor inicial, caso seja necessário e acordado entre as partes.**
- 17.7** Farão parte integrante do contrato todos os elementos apresentados pela licitante adjudicatária, que tenham servido de base à licitação, bem como as condições estabelecidas neste Edital e seus anexos.
- 17.8** **A recusa injustificada em assinar a contrato ou retirar o instrumento equivalente, no prazo de até 05 (cinco) dias úteis, após a comunicação por parte do SEBRAE/TO, caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida e poderá acarretar ao licitante as penalidades previstas no item 19.**
- 17.9** O inadimplemento total ou parcial das obrigações contratuais assumidas dará ao Contratante o direito de rescindir unilateralmente o contrato, sem prejuízo de outras penalidades previstas no instrumento convocatório ou no contrato, inclusive a suspensão do direito de licitar com o Sistema SEBRAE por prazo não superior a 02 (dois) anos.
- 17.10** **As obrigações decorrentes da prestação dos serviços serão consignadas em contrato, conforme minuta constante no Anexo VI deste Edital, que guardarão rigorosa conformidade com suas disposições e com os termos da proposta vencedora.**
- 17.11** **Durante a vigência do contrato, a Contratada deverá manter-se em condições de funcionamento, inclusive quanto às exigências relativas à legislação específica e aos órgãos fiscalizadores.**
- 17.12** **Como condição para celebração do contrato, a licitante vencedora deverá manter as mesmas condições de habilitação consignadas neste Edital, as quais serão verificadas novamente no momento da assinatura De termo aditivo, se houver.**

## **18. DO PAGAMENTO**

- 18.1** O Sebrae/TO pagará à Contratada pelos serviços prestados, conforme o resultado obtido na licitação:
- a)** Desconto a ser concedido ao SEBRAE/TO, sobre os **custos internos**, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de Goiás: \_\_\_% (..... por cento);
  - b)** Honorários de .....% (..... por cento) incidentes sobre os **custos de produção** comprovados, realizados com a efetiva intermediação da CONTRATADA, cuja utilização pelo SEBRAE/TO **proporcione** à agência o **desconto padrão** de agência a ser concedido por **veículos de divulgação**.

- c) Honorários de .....% (..... por cento) incidentes sobre os **custos de produção** comprovados, realizados com a efetiva intermediação da CONTRATADA, cuja utilização pelo SEBRAE/TO **não proporcione** à agência o **desconto padrão** de agência a ser concedido por **veículos de divulgação**.

**18.2** Os pagamentos serão efetuados pelo SEBRAE/TO, conforme cronograma de pagamento da instituição, por meio de boleto e/ou depósito bancário e apresentação dos seguintes documentos:

**18.2.1 Serviços da Agência:**

- a) Nota Fiscal de Prestação de Serviços, com referência ao número do processo, número do contrato, descrição do serviço da agência, a quantidade, o valor unitário e o valor total, nome da campanha e, devidamente atestada pela área solicitante;
- b) Certidão de Regularidade do FGTS-CRF;
- c) Certidão de Regularidade relativa à Seguridade Social do (CND/INSS);
- d) Certidão de Regularidade com a Receita Federal do Brasil e Procuradoria Geral da Fazenda Nacional (Certidão Conjunta);
- e) Registro Auxiliar de Nota Fiscal de Serviços (RANFS) emitida pela CONTRATADA, com referência ao número do processo, devidamente atestada pela área solicitante, caso a empresa contratada não seja do município de Palmas e tenha prestado serviço neste município;
- f) Declaração de Serviços nos casos em que a empresa for optante do SIMPLES NACIONAL;

**18.2.2 Serviços de terceiros e de veiculação:**

- a) Nota Fiscal de Prestação de Serviços emitida pela empresa contra o SEBRAE/TO, com referência ao número do processo e nome da campanha, devidamente atestada pela área solicitante;
- b) Certidão de Regularidade do FGTS-CRF;
- c) Certidão de Regularidade relativa à Seguridade Social do (CND/INSS);
- d) Prova de Regularidade com a Receita Federal do Brasil e Procuradoria Geral da Fazenda Nacional (Certidão Conjunta);
- e) Declaração de Serviços nos casos em que a empresa for optante do SIMPLES NACIONAL;
- f) Registro Auxiliar de Nota Fiscal de Serviços (RANFS) emitida pela CONTRATADA, com referência ao número do processo, devidamente atestada pela área solicitante, caso a empresa contratada não seja do município de Palmas e tenha prestado serviço neste município;

**18.3 Serão suspensos os pagamentos se:**

- a) No ato do atesto os serviços não estiverem sendo prestados de acordo com o proposto, aceito e contratado;
- b) As notas fiscais/faturas contiverem incorreções. Neste caso, serão devolvidas acompanhadas dos motivos de sua rejeição, contando-se, então, o prazo para pagamento a partir da reapresentação, sem qualquer tipo de reajuste.

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

- 18.5** O SEBRAE/TO poderá deduzir do montante a pagar, as indenizações devidas pela CONTRATADA em razão de inadimplência nos termos do presente contrato, ou ainda, efetuar, judicialmente as cobranças pertinentes.
- 18.6** Não haverá reajuste de preços de serviços da Contratada, em face da peculiaridade da remuneração da contratada constituir em percentagem sobre os custos dos trabalhos aprovados pelo órgão gerenciador do contrato, nem compensação financeira, salvo o da tabela referencial de custos em real do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Goiás - SINAPRO/GO.
- 18.7** Não haverá pagamento de tributos e outros encargos por parte do SEBRAE/TO.
- 18.8** Os honorários sobre os custos comprovados dos serviços autorizados e executados por terceiros não deverão incidir sobre os impostos que forem adicionados aos preços desses serviços.

## **19. DAS PENALIDADES**

- 19.1** Efetivada a adjudicação, o proponente que se recusar a fornecer o bem/serviço, objeto do presente **EDITAL**, bem como, se vier a fazê-lo fora das condições e especificações inicialmente por ele propostas estará sujeito, de acordo com a gravidade da falta, a critério da administração do **SEBRAE/TO**, as seguintes penalidades:
- 19.1.1** Advertência;
  - 19.1.2** Multa;
  - 19.1.3** Suspensão até 02 (dois) anos, do direito de licitar ou contratar com o Sistema SEBRAE.
- 19.2** A desistência formulada por qualquer das licitantes após a abertura das propostas sujeitar-lhe-á ao pagamento de multa equivalente de até 10% (dez por cento) do valor de sua proposta escrita, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão.
- 19.3** A multa será recolhida diretamente à tesouraria do SEBRAE/TO, no prazo de 15 (quinze) dias corridos, contados da data de sua comunicação, ou, ainda, quando for o caso, cobradas judicialmente.
- 19.4** A prática de ilícitos em quaisquer das fases do procedimento licitatório, o descumprimento de prazos e condições e a inobservância das demais disposições da presente convocação, implicarão na suspensão do direito de licitar e contratar com o Sistema Sebrae por prazo não superior a 02 (dois) anos.
- 19.5** Para aplicação das penalidades aqui previstas, a licitante será notificada para apresentação de defesa prévia, no prazo de cinco dias úteis, contados da notificação.
- 19.6** As penalidades previstas neste edital são independentes entre si, podendo ser aplicada isolada ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis.
- 19.7** O inadimplemento total ou parcial das obrigações contratuais assumidas dará ainda ao contratante o direito de rescindir unilateralmente o contrato, sem prejuízo de outras penalidades previstas no instrumento convocatório ou no contrato, inclusive a suspensão do direito de licitar ou contratar com o Sistema SEBRAE por prazo não superior a 02 (dois) anos.

**20. DISPOSIÇÕES FINAIS**

- 20.1** A simples participação na presente licitação evidencia ter a licitante examinado cuidadosamente este edital e seus anexos, e se inteirado de todos os seus detalhes e com eles haver concordado.
- 20.2** O SEBRAE/TO não admitirá declarações, posteriores à abertura das propostas, de desconhecimento de fatos, no todo ou em parte, que dificultem ou impossibilitem o julgamento das propostas ou a adjudicação à licitante vencedora.
- 20.3** É facultado ao Presidente da Comissão, à Comissão 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.
- 20.4** Qualquer manifestação em impugnar os termos deste edital deverá ser encaminhada por escrito e contra recibo à Comissão Permanente de Licitação do SEBRAE/TO, sito no endereço na Quadra 102 Norte Avenida LO-4 LT-1 CJ-1 CEP: 77006-006, Palmas/TO ou através do e-mail [cpl@to.sebrae.com.br](mailto:cpl@to.sebrae.com.br).
- 20.5** Decairá desse direito perante o SEBRAE/TO, o interessado que não o fizer **até 02 (dois) dias úteis** antes da data fixada para o recebimento dos envelopes, dentro do horário de funcionamento do SEBRAE/TO. Não impugnado o ato convocatório, preclui toda a matéria nele constante.
- 20.6** As respostas às impugnações serão divulgadas na internet no site do SEBRAE/TO, endereço eletrônico [www.sebrae.com.br/tocantins](http://www.sebrae.com.br/tocantins).
- 20.7** Qualquer pedido de **esclarecimento** sobre a presente licitação deverá ser encaminhado por escrito à Comissão Permanente de Licitação do SEBRAE/TO, **exclusivamente** por intermédio do e-mail [cpl@to.sebrae.com.br](mailto:cpl@to.sebrae.com.br), **até 03 (três) dias úteis** antes da data marcada para recebimento dos envelopes.
- 20.8** As respostas aos pedidos de esclarecimentos, bem como quaisquer alterações ao Edital, incluindo adiamento da data do recebimento dos envelopes, serão divulgadas por notas informativas e/ou avisos divulgados na internet no site do SEBRAE, endereço eletrônico [www.sebrae.com.br/tocantins](http://www.sebrae.com.br/tocantins).
- 20.9** Na contagem dos prazos estabelecidos neste edital, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento.
- 20.10** O horário de funcionamento do SEBRAE/TO é das 8h às 12h e das 14h às 18h.
- 20.11** Após a fase de julgamento das propostas, não caberá desistência, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pelo Presidente da Comissão de Licitação.
- 20.12** Fica assegurado ao SEBRAE/TO o direito de revogar ou cancelar, no todo ou em parte, a presente licitação, mediante justificativa, antes da assinatura do contrato, sem que em decorrência dessa medida tenham as participantes direito à indenização, compensação ou reclamação de qualquer natureza.
- 20.13** Os envelopes que permanecerem lacrados ficarão sob a guarda da Comissão, até a assinatura do Contrato ou instrumento equivalente, quando então estarão à disposição

das empresas para retirá-los no prazo de até 30 (trinta) dias corridos, após o qual serão dilacerados sem quaisquer formalidades.

- 20.14** O foro de Palmas/TO será o competente para dirimir as questões oriundas desta licitação e da relação jurídica dela decorrente.
- 20.15** Os casos omissos deste edital serão resolvidos pela Presidente e a Comissão de Licitação do SEBRAE/TO, com a aplicação das disposições do Regulamento de Licitações e de Contratos do Sistema SEBRAE.
- 20.16** São partes integrantes deste edital os seguintes anexos:
- a) **Anexo I** – Briefing;
  - b) **Anexo II** – Declaração de Ausência de Vínculo;
  - c) **Anexo III** – Modelo de Declaração de Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte;
  - d) **Anexo IV** – Modelo de Proposta de Preços;
  - e) **Anexo V** – Declaração de Não Emprego a Menores;
  - f) **Anexo VI** – Minuta do Contrato;
  - g) **Anexo VII** – Sebrae 2022 – Mapa Estratégico do Sistema Sebrae;
  - h) **Anexo VIII** – Manual de uso da Marca SEBRAE;
  - i) **Anexo IX** – Instrução Normativa SEBRAE/TO n.º 42.

Palmas/TO, 30 de março de 2017.

*(Original Assinado)*

**LUDMILA SANTANA BARBOSA**

Presidente da Comissão Permanente de Licitação

**ANEXO I**  
**CONCORRÊNCIA N.º 003/2017**  
**BRIEFING**

**O Sebrae – Quem Somos**

O Sebrae é uma entidade privada que promove a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro e pequeno porte – aqueles com faturamento bruto anual de até R\$ 3,6 milhões.

Há mais de 40 anos, o Sebrae atua com foco no fortalecimento do empreendedorismo e na aceleração do processo de formalização da economia, por meio de parcerias com os setores público e privado, programas de capacitação focados principalmente na gestão dos pequenos negócios, acesso ao crédito e à inovação, estímulo ao associativismo, feiras e rodadas de negócios. As soluções desenvolvidas pelo Sebrae atendem desde o empreendedor que pretende abrir seu próprio negócio até pequenas empresas que já estão consolidadas e buscam um novo posicionamento no mercado.

Para garantir o atendimento aos pequenos negócios, o Sebrae atua em todo o território nacional. Além da sede nacional, em Brasília, a instituição conta com Unidades Estaduais nas 27 Unidades da Federação. Em todos os Estados o Sebrae conta com uma sede na capital e escritórios regionais no interior, a exemplo do Tocantins, que além da sede em Palmas, tem 10 unidades localizadas nas principais cidades do Estado, conforme tabela abaixo:

<b>Regional</b>	<b>Escritórios</b>
Regional Bico do Papagaio	Araguatins
Regional Araguaína	Araguaína
Regional Colinas	Colinas do Tocantins e Guaraí
Regional Palmas	Palmas e Paraíso do Tocantins
Regional Palmas Sul	Taquaralto e Porto Nacional
Regional Gurupi	Gurupi
Regional Dianópolis	Dianópolis

Além dos escritórios próprios, o Sebrae ainda marca presença em dezenas de municípios do Tocantins, por meio das salas de atendimento denominadas “Salas do Empreendedor”, em parcerias com as prefeituras municipais.

O Sebrae é um agente de capacitação e de promoção do desenvolvimento, mas não é uma instituição financeira, por isso não empresta dinheiro. Articula (junto aos bancos, cooperativas de crédito e instituições de microcrédito) a criação de produtos financeiros adequados às necessidades do segmento dos pequenos negócios. Também orienta os empreendedores para que o acesso ao crédito seja, de fato, um instrumento de melhoria do negócio.

O Sebrae oferece cursos, oficinas, palestras, consultorias e orientação sobre gestão. Ajuda a empresa a se aproximar de parceiros e clientes, além de tornar os negócios mais competitivos e lucrativos. O Sebrae mantém um contato permanente com as micros e pequenas empresas e procura sempre se fazer presente nas mais diversas comunidades, através de sua estrutura própria e de parceiros. Para isso, utiliza várias estratégias, que vão do atendimento individual, caso a caso, ao atendimento coletivo, envolvendo simultaneamente várias empresas.

No início do ano, costuma-se escolher um “mote” estratégico com o objetivo de alinhar as ações da instituição. O tema para o corrente ano é: **2017, o Ano da Inovação e da Transformação**”.



É perceptível que vivemos no Brasil “crise” econômica, social, política, ética e também de confiança. Percebemos os reflexos dessa tal “crise” nos altos índices de desemprego, no grande número de empresas que fecharam nos últimos tempos e principalmente no próprio bolso. Não há como negar que vivemos de fato tempos difíceis.

Esse momento de incertezas que o país atravessa vem fazendo com que empresários adiem investimentos e que novos empreendedores aguardem momentos menos nebulosos para iniciar seus projetos. Nunca o pequeno empresário precisou ter tanto jogo de cintura para continuar sobrevivendo no mundo dos negócios.

Além desse cenário cinzento, os pequenos negócios do Brasil enfrentam ainda uma “crise de gestão”. Muitos empresários não estão conseguindo acompanhar a velocidade das mudanças no mercado, tornando-se pouco competitivos e reduzindo suas capacidades de desenvolvimento e crescimento. Especialistas acreditam que vivemos hoje um ciclo de obsolescência de sete anos; isso quer dizer que a cada sete anos, em média, tem-se a necessidade de inovar, inovar no visual das empresas, no jeito de abordar os clientes, nos produtos e serviços, no modelo dos negócios.

Não é por acaso que o Sebrae Tocantins elegeu 2017 como o “O Ano da Inovação e da Transformação”! Inovação não é invenção. Implica criatividade, desafio e risco! Implica em estar antenado nas coisas que estão acontecendo em outros locais e adaptar à realidade local. A prática da inovação nas empresas pode ser feita com poucos recursos, às vezes até sem investimentos financeiros, garantindo ao negócio se manter atualizado e no ritmo das mudanças que o mundo atual nos exige. Muitas vezes para inovar basta criatividade, vontade e iniciativa!

Inovar é utilizar o conhecimento a nosso favor, com inteligência e criatividade, gerando transformação! Negócios que inovam são negócios que prosperam! Estamos convictos que a inovação é o grande antídoto contra a crise!

Nesse ano o Sebrae Tocantins tem o foco na inovação como diretriz de atuação em todas as suas atividades! Estamos colocando toda nossa energia em difundir a cultura da inovação, tanto em nossas operações como no ambiente dos pequenos negócios do Tocantins! Vamos investir com intensidade nas ações de capacitação empresarial, buscando em cada atividade inserir a prática da inovação como um modelo permanente de pensamento.

A nova campanha de comunicação e marketing do Sebrae/TO deve estar norteada com o tema da “inovação” como o grande “mote” da instituição para 2017.

A campanha deve comunicar o papel do Sebrae como uma grande agência de fomento ao empreendedorismo, que tem como objetivo maior gerar transformação econômica e social com suas ações.

**Aspectos Estratégicos e Organizacionais para uma Campanha de Comunicação no Sebrae Tocantins**



No Tocantins existem 77 mil pequenos negócios formalizados, dos quais mais de 50 mil são MEIs. O Sebrae Tocantins atendeu de um jeito ou de outro um pouco mais de 30% deste público durante o ano de 2016. No ponto de vista da direção da instituição, o Sebrae precisa aumentar essa fatia e chegar a pelo menos à metade do segmento dos pequenos negócios. Não obstante ter uma boa capilaridade no estado, com as 10 regionais instaladas, é preciso que o público-alvo procure ainda mais o Sebrae, notadamente enxergando nesta instituição a casa onde estão as alternativas, as ferramentas e os especialistas em pequenos negócios.

Considera-se que o valor que venha a ser atribuído pela sociedade ao trabalho realizado pelo Sebrae Tocantins seja fundamental para a consolidação e preservação das conquistas alcançadas, resultado direto da percepção do Sebrae como protagonista nos eventos realizados, seja em parceria ou individualmente.

O que se pretende é uma Campanha de comunicação Institucional que reflita esse pensamento integrado e planejado da comunicação, levando em consideração o mote do desafio para 2017, expresso no lema **“2017 - O Ano da Inovação e da Transformação”** em todas as atividades do Sebrae Tocantins. Essa campanha deverá estabelecer a imagem a ser assumida pela comunicação organizacional em todas as suas ações, e indicar claramente o objetivo que se pretende atingir, devendo estar, naturalmente integrada à missão da organização, nos seus objetivos globais e na sua estratégia de desenvolvimento.

A Campanha Institucional deve mostrar ao segmento dos pequenos negócios que no Sebrae pode estar a solução para seus problemas e que o Sebrae é a mão amiga nesta hora de dificuldades.

Os clientes do Sebrae, em relação direta com sua missão, são definidos como: empresas, potenciais empresários e potenciais empreendedores.

O Sebrae Tocantins tem como recursos próprios de comunicação o Portal do Sebrae Tocantins, além da Central de Atendimento (0800 570 0800), Portal de Intranet, Agência Sebrae de Notícias (ASN/TO), página no YouTube, Facebook, Twitter e Instagram.

#### **Público-alvo do Sebrae**

O Sebrae tem a missão de “promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos pequenos negócios e fomentar o empreendedorismo para fortalecer a economia nacional”. Em seu estatuto social, lê-se que “O Sebrae tem por objetivo fomentar o desenvolvimento sustentável, a competitividade e o aperfeiçoamento técnico dos pequenos negócios da indústria, comércio, agronegócio e de serviços”.

Dessa forma, os pequenos negócios, bem como aqueles que ainda não têm uma empresa, mas pretendem abrir ou formalizar seu negócio são o público-alvo, sendo caracterizados como potenciais empresários. Além de atender a estes segmentos, o Sebrae também atua na disseminação da cultura empreendedora junto a potenciais empreendedores.

Os clientes do Sebrae, em relação direta com sua missão, são definidos como: microempreendedor individual, microempresa, empresa de pequeno porte, produtor rural, potencial empresário e potencial empreendedor.

#### **Estruturação do projeto de comunicação – Principais parâmetros**

O projeto de comunicação deve ser estruturado e apresentado segundo critérios estabelecidos no edital de licitação e pelo briefing, a saber:

- a) **Estratégia da campanha:** Fazer com que mais pessoas conheçam, entendam “para que serve”, reconheçam a importância e procurem o Sebrae.
- b) **Ações de comunicação:** apresentar as ações de comunicação propostas, descritas em detalhe;
- c) **Plano de Mídia:** apresentar planejamento de mídia estruturado, distribuindo a verba disponível para o projeto, por peça, por meio, por veículo e por período de veiculação;
- d) **Verba disponível:** R\$ 100.000,00 (cem mil reais).

---

**ANEXO II**  
**CONCORRÊNCIA N.º 003/2017**  
**DECLARAÇÃO DE AUSÊNCIA DE VÍNCULO**

[nome da empresa], [qualificação: tipo de sociedade (Ltda, S.A, etc.), endereço completo], inscrita no CNPJ sob o nº [xxxx], neste ato representada pelo [cargo] [nome do representante legal], portador da Carteira de Identidade nº [xxxx], inscrito no CPF sob o nº [xxxx], **DECLARA**, sob as penalidades da lei, que inexistente participação de empregado e/ou dirigente de quaisquer das entidades operacionalmente vinculadas ao Sistema SEBRAE/TO, bem como de ex-empregado ou ex-dirigente de quaisquer das entidades ao mesmo operacionalmente vinculadas, estes até 180 (cento e oitenta) dias da data da respectiva demissão, seja em sua composição societária, seja como seu prestador de serviço, formalizado ou não.

Local e Data

---

Nome e Assinatura do Representante Legal

**ANEXO III**  
**CONCORRÊNCIA N.º 003/2017**  
**DECLARAÇÃO DO PORTE DA EMPRESA**  
(Obrigatória para Microempresas e Empresas de Pequeno Porte)

**MODELO DE DECLARAÇÃO DE MICROEMPRESA E EMPRESA DE PEQUENO PORTE**

[nome da empresa], [qualificação: tipo de sociedade (Ltda, etc.), endereço completo, inscrita no CNPJ sob o n.º [xxxx], neste ato representada pelo [cargo] [nome do representante legal], portador da Carteira de Identidade n.º [xxxx], inscrito no CPF sob o n.º [xxxx], DECLARA, sob as penalidades da lei, que se enquadra como Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte, nos termos do art. 3º da Lei Complementar n.º 123 de 14 de dezembro de 2006, estando apta a fruir os benefícios e vantagens legalmente instituídas por não se enquadrar em nenhuma das vedações legais impostas pelo § 4º do art. 3º da Lei Complementar n.º 123 de 14 de dezembro de 2006.

Declaro, para fins da LC 123/2006 e suas alterações, sob as penalidades desta, ser:

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

**EMPRESA DE PEQUENO PORTE** – Receita bruta anual superior a R\$ 360.000,00 e igual ou inferior a R\$ 3.600.000,00, estando apta a fruir os benefícios e vantagens legalmente instituídas por não se enquadrar em nenhuma das vedações legais impostas pelo § 4º do art. 3º da Lei Complementar nº 123/06.

**Observações:**

- Esta declaração poderá ser preenchida somente pela licitante enquadrada como ME ou EPP, nos termos da LC 123, de 14 de dezembro de 2006;
- A não apresentação desta declaração será interpretada como não enquadramento da licitante como ME ou EPP, nos termos da LC nº 123/2006, ou a opção pela não utilização do direito de tratamento diferenciado.

Local e Data

\_\_\_\_\_  
Nome e Assinatura do Representante Legal

**ANEXO IV**  
**CONCORRÊNCIA N.º 003/2017**  
**MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS**

Ao Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Tocantins - Sebrae/TO  
À Comissão de Permanente de Licitação – CPL

Prezados Senhores,

Após examinar todas as cláusulas e condições estipuladas no Edital de Concorrência nº 003/2017, vimos apresentar proposta nos termos consignados no mencionado ato convocatório e seus anexos, com os quais concordamos plenamente.

O prazo de validade de nossa proposta é de 120 (cento e vinte) dias corridos, contados da data da abertura da licitação.

Informamos que estão inclusos nos preços ofertados todos os tributos, custos e despesas diretas ou indiretas, sendo de nossa inteira responsabilidade, ainda, os que porventura venham a ser omitidos na proposta ou incorretamente cotados:

Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos:

- a) Desconto a ser concedido ao SEBRAE/TO, sobre os **custos internos**, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de Goiás: \_\_\_% (..... por cento);
- b) Honorários de .....% (..... por cento) incidentes sobre os **custos de produção** comprovados, realizados com a efetiva intermediação da CONTRATADA, cuja utilização pelo SEBRAE/TO **proporcione** à agência o **desconto padrão** de agência a ser concedido por **veículos de divulgação**.
- c) Honorários de .....% (..... por cento) incidentes sobre os **custos de produção** comprovados, realizados com a efetiva intermediação da CONTRATADA, cuja utilização pelo SEBRAE/TO **não proporcione** à agência o **desconto padrão** de agência a ser concedido por **veículos de divulgação**.

Declaramos que os direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que viermos a produzir estão estabelecidos nas seguintes regras:

- a) A cessão total e definitiva dos direitos patrimoniais de uso das ideias incluídos os estudos, análises e planos, peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato.

O compromisso de que:

- I. Em todas as contratações que envolvem direitos autorais de terceiros, responsabilizará por solicitar de cada terceiro que vier a ser contratado 02 (dois) orçamentos para execução do serviço, sendo: um de cessão de direitos patrimoniais

por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que o SEBRAE/TO escolha uma das opções.

- II. Nos casos de cessão de direitos patrimoniais por tempo limitado, utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão, de cuja negociação participará ao SEBRAE/TO, inclusive no que diz respeito à reutilização de peças publicitárias.

Assumiremos também o compromisso de que, quando o SEBRAE/TO optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva dos direitos patrimoniais da obra artística, fará constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros, para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços, cláusulas escritas que:

- a) Explicitem a cessão total e definitiva por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação, a produção e a direção, a composição, o arranjo e a execução de trilhas sonoras, as matrizes, os fotolitos e demais trabalhos assemelhados.
- b) Estabeleçam que o SEBRAE/TO possa, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente, com ou sem modificações, após o término do contrato ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.
- c) Considerem como já incluída no custo de produção qualquer remuneração devida a terceiros em decorrência da cessão de direitos, por tempo limitado ou total e definitiva.

Asseguramos ainda que:

- a) Negociará sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos, para os direitos de imagem de som e de voz profissionais do setor artísticos e sobre obras consagradas, nos casos de reutilização de peças publicitárias do SEBRAE/TO.
- b) Fará constar, em destaque, todos os orçamentos de produção de peças, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s) incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos.
- c) Garantirá a transferência, ao SEBRAE/TO, de toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços e/ou condições de pagamento junto a veículos e a fornecedores.
- d) A proposta de preços deverá permanecer válida e em condições de aceitação por um período mínimo de 60 (sessenta) dias contados da data de sua abertura, e a ausência deste prazo na proposta(s) implica em concordância tácita. Findo este prazo, ficam os licitantes liberados dos compromissos assumidos.

Caso nos seja adjudicado o objeto da licitação, comprometemos a assinar o contrato no prazo determinado no documento de convocação, e para esse fim fornecemos os seguintes dados:

Razão Social:

CNPJ/MF:

Endereço:

Banco:

Agência:

Tel/Fax:

CEP:

nº c/c:

Cidade:

UF:

Dados do representante legal da empresa para assinatura do contrato:

Nome:

Endereço:

CPF/MF:

Carteira de Identidade nº:

Naturalidade:

CEP:

Cargo/Função:

Nacionalidade:

Cidade:

UF:

Expedido por:

(Local), de de 2017.

\_\_\_\_\_  
(Identificação e assinatura do Representante Legal / Procurador e carimbo do CNPJ)

***OBSERVAÇÃO: Este modelo de Proposta de Preços não é exaustivo, cabendo à empresa licitante verificar no Convite e seus anexos se há informações adicionais e/ou complementares as quais deveriam constar neste modelo.***

**ANEXO V**  
**CONCORRÊNCIA Nº 003/2017**  
**DECLARAÇÃO AO NÃO EMPREGO DE MENORES**

O interessado abaixo identificado DECLARA, para fins do disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal, de 5 de outubro de 1988, acrescido pela lei nº 9.854, de 27 de outubro de 1999, que não possui em seu quadro de pessoal empregado(s) com menos de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, e em qualquer trabalho menores de 16 (dezesseis) anos, salvo na condição de aprendiz a partir de 14 (quatorze) anos.

IDENTIFICAÇÃO	
Empresa:	CNPJ:
Signatário(s):	CPF:

Ressalva: emprega menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz?

SIM	NÃO

Localidade, \_\_\_\_\_ (dia) de (mês) de 2015.

---

(Nome do Representante Legal)  
(Número do CPF)



**ANEXO VI**  
**CONCORRÊNCIA SEBRAE/TO Nº. 003/2017**  
**MINUTA DO CONTRATO**

**PARTES:****I - CONTRATANTE:**

**SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO TOCANTINS – SEBRAE/TO**, Serviço Social Autônomo, inscrito no CNPJ sob o nº 25.089.962/0001-90, com sede a 102 Norte, Av. LO-4, 01, Plano Diretor Norte, na cidade de Palmas/TO, neste ato representado pelo Diretor Superintendente..... e pelo Diretor Administrativo Financeiro ....., doravante denominada simplesmente CONTRATANTE;

**II – CONTRATADA**

Resolvem, tendo em vista o resultado da licitação promovida pela **Concorrência nº 003/2017**, celebrar o presente contrato para prestação de serviços de publicidade e propaganda, sob demanda, em conformidade com o Regulamento de Licitações e Contratos do Sistema SEBRAE, Resolução CDN 213/2011, Resolução CND 166/2008 e diplomas legais, mediante as cláusulas e constantes neste instrumento.

**CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO**

- 1.1** Contratação de serviços de publicidade e propaganda a serem prestados, sob demanda, por 01 (uma) agência de publicidade e propaganda ao Sebrae/TO, incluindo: incluindo estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e 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, dentre outros, bem como as demais atividades complementares:
- a) Estudo do conceito, ideia, marca, produto ou serviço a difundir, incluindo a identificação e análise de suas vantagens e desvantagens perante os seus públicos e, quando for o caso, em relação ao seu mercado e à sua concorrência;
  - b) Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado onde o conceito, ideia, marca, produto ou serviço encontre melhor possibilidade de assimilação;
  - c) Identificação e análise das ideias, marcas, produtos ou serviços concorrentes;
  - d) Exame do sistema de distribuição e comercialização, incluindo a identificação e análise das suas vantagens e desvantagens em relação ao mercado e à concorrência;
  - e) Elaboração do plano publicitário, incluindo a concepção das mensagens e peças (criação) e o estudo dos meios e veículos que, segundo técnicas adequadas, assegurem a melhor cobertura dos públicos e/ou dos mercados objetivados (planejamento de mídia);
  - f) Execução do plano publicitário, incluindo o orçamento e realização das peças publicitárias (produção) e a compra, distribuição e controle da publicidade nos veículos contratados (execução de mídia), e no pagamento das faturas. **(CENP – CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS-PADRÃO. Normas-padrão da atividade publicitária. São Paulo, 1998, 8 e 9 pág.);**
  - g) Planejamento e à execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os veículos de divulgação ou sobre os resultados das ações realizadas;
  - h) Planejamento e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expansão dos efeitos das mensagens publicitárias em consonância com as

novas tecnologias;

- i) Desenvolvimento do Plano de Comunicação Publicitária, visando o alcance dos objetivos pretendidos e que a instituição obtenha o melhor retorno do seu investimento em publicidade, seja sob a forma de resultados imediatamente quantificáveis, seja pela agregação contínua de valor à sua marca, conceito ou ideia;
- j) Contratação de serviços internos e/ou externos de pesquisas regulares de audiência, auditoria de circulação e controle de mídia, disponíveis no mercado, correndo por conta da agência e necessários à prestação de serviços ao Sebrae/TO.

**Parágrafo Primeiro** – A agência atuará por ordem e conta do anunciante/cliente, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, de veículos de comunicação e divulgação para a transmissão de mensagens publicitárias.

**Parágrafo Segundo** – A Agência deve dedicar seu melhor esforço e trabalhar em estreita colaboração com o Sebrae, de modo a assegurar que o Plano de Comunicação Publicitária alcance os objetivos pretendidos e que a instituição obtenha o melhor retorno do seu investimento em publicidade, seja sob a forma de resultados imediatamente quantificáveis, seja pela agregação contínua de valor à sua marca, conceito ou ideia. Salvo prévia e expressa estipulação em contrário, a contratada deverá absorver o custo dos serviços internos e/ou externos de pesquisas regulares de audiência, auditoria de circulação e controle de mídia, disponíveis no mercado, necessários à prestação de serviços de controle da verba do Sebrae do Tocantins. A execução dos serviços listados constituirá mera expectativa em favor da empresa contratada. A contratada, ao ser chamada para prestar esses serviços, deverá apresentar proposta de preços que ficará sujeita à aprovação do Sebrae. Será verificada a sua compatibilidade com os preços de mercado, sendo a remuneração devida de conformidade com a proposta aprovada.

## **CLÁUSULA SEGUNDA – DAS INCIDÊNCIAS FISCAIS**

- 2.1** Os impostos, taxas, emolumentos, contribuições fiscais e para fiscais que sejam devidos em decorrência, direta ou indiretamente do contrato ou de sua execução, serão de exclusiva responsabilidade da CONTRATADA assim definido na norma tributária, sem direito a reembolso.

## **CLÁUSULA TERCEIRA – DA VIGÊNCIA**

- 3.1** O prazo de vigência do presente Contrato será de 12 (doze) meses, contados a partir da data de sua assinatura, contemplada a hipótese de prorrogação por iguais períodos ou fração, desde que julgado conveniente pelo SEBRAE/TO, limitada a duração do contrato a 60 (sessenta) meses, incluindo o primeiro período de contratação.

## **CLÁUSULA QUARTA – DO VALOR ESTIMADO E DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

- 4.1** O valor global estimado para gastos com os serviços objeto do presente contrato, no período de 12 (doze) meses, é de R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais).
- 4.2** O valor estimado deste contrato poderá ser revisto, nos casos de alteração na política econômica e/ou de revisão no orçamento do SEBRAE/TO.
- 4.3** O SEBRAE/TO se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade da verba prevista, bem como suplementá-la, em caso de necessidade.

- 4.4 O valor dos serviços será orçado pela contratada em cada caso, em função dos custos respectivos, obedecendo-se, rigorosamente, sob pena de responsabilidade, sua compatibilidade com os preços de mercado, e deverão ser submetidos à apreciação da Unidade de Marketing e Comunicação do **SEBRAE/TO** que decidirá quanto a sua aprovação.
- 4.5 Em ocorrendo alteração e ou prorrogação deste instrumento, o SEBRAE/TO consignará em seu orçamento as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.
- 4.6 As despesas com a execução deste contrato onerarão verba própria do SEBRAE/TO consignada em seu orçamento através de rateio de custos entre as áreas demandantes.

#### **CLÁUSULA QUINTA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

- 5.1 Atuar com organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade;
- 5.2 Realizar, com seus próprios recursos e/ou mediante a contratação de terceiros, todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pelo CONTRATANTE;
- 5.3 Centralizar na área de COMUNICAÇÃO a gestão da publicidade do SEBRAE/TO, conseqüentemente, todo material a ser produzido pela CONTRATADA deverá ser submetido à análise prévia da área. A seu critério, a CONTRATADA, poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas, sem ônus para o SEBRAE/TO;
- 5.4 Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento (Proposta Técnica da Contratação que deu origem a este ajuste) na elaboração dos serviços objeto do contrato, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pelo CONTRATANTE;
- 5.5 Substituir, a qualquer tempo, a pedido do CONTRATANTE, específica ou definitivamente, qualquer profissional da equipe técnica da CONTRATADA que esteja realizando ou esteja designado para executar trabalho(s) para o CONTRATANTE;
- 5.6 Estar apta, a qualquer tempo, a prestar os serviços previstos ou os inerentes ao objeto contratado, destacando pessoa disponível para o atendimento das solicitações do CONTRATANTE, durante todo o período da vigência do contrato;
- 5.7 Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações junto a terceiros e transferir, integralmente, ao CONTRATANTE, descontos especiais (além dos normais, previstos em tabelas), bonificações, reaplicações, prazos especiais de pagamento e outras vantagens;
- 5.8 Pertencem a CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelos veículos de divulgação;
- 5.9 Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos, para os direitos autorais de imagem e som de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias do CONTRATANTE;
- 5.10 Fazer cotação de preços para todos os serviços de terceiros e apresentar, no mínimo, 03 (três) propostas, com a indicação da mais adequada para sua execução;
- 5.11 Se não houver possibilidade de obter 03 (três) propostas, a CONTRATADA deve apresentar as justificativas pertinentes, por escrito;
- 5.12 Os orçamentos deverão ser entregues no prazo máximo de 02 (dois) dias, contados da data do recebimento da demanda;
- 5.13 Os serviços de terceiros deverão ser contratados com empresas devidamente regulares, devendo ser apresentadas no ato da contratação:
  - a) Prova de regularidade relativa à Seguridade Social (CND/INSS).

- b) Prova de regularidade relativa ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (CRF/FGTS).
  - c) Prova de regularidade para com a Receita Federal do Brasil e Procuradoria Geral da Fazenda Nacional (Certidão Conjunta).
- 8.14** Obter a aprovação prévia do CONTRATANTE, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato. Nesses casos, a CONTRATADA permanece com todas as suas responsabilidades contratuais perante o CONTRATANTE;
- 8.15** A contratação de serviços ou compra de material de empresas em que a CONTRATADA ou seus funcionários tenham, direta ou indiretamente participação societária ou qualquer vínculo comercial, somente poderá ser realizada após comunicação formal ao CONTRATANTE desse vínculo e obtenção de sua aprovação;
- 8.16** Acompanhar e fiscalizar, junto aos veículos de comunicação o cumprimento da veiculação publicitária que lhe for incumbida pelo SEBRAE/TO com uso de instrumentos de monitoramento, verificadores de circulação ou audiência que se prestem a este fim;
- 8.17** No caso de segunda tiragem, o CONTRATANTE poderá, a seu critério, optar pela contratação junto a terceiros, sob sua própria orientação, observada a legislação pertinente;
- 8.18** Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários, desde que essas ocorrências não tenham sido causadas pela própria CONTRATADA;
- 8.19** Divulgar informações que envolvam o nome do CONTRATANTE, acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, mediante sua prévia e expressa autorização;
- 8.20** Prestar esclarecimentos ao CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação;
- 8.21** Submeter previamente à apreciação do CONTRATANTE a cessão ou a utilização deste contrato em qualquer operação financeira;
- 8.22** Assessorar a COMUNICAÇÃO do SEBRAE/TO em todas as áreas de sua atividade, sempre que solicitada;
- 8.23** Obter a aprovação prévia e expressa do SEBRAE/TO para campanhas publicitárias e projetos promocionais que utilizem: textos, artes, layouts, story boards, roteiros, filmes, vídeos, spots, jingles, fotografias, modelos, programação de mídia, dentre outros;
- 8.24** Solicitações e entendimentos orais feitos diretamente à CONTRATADA devem ser informados imediatamente à COMUNICAÇÃO do SEBRAE/TO para que esta tome devidas providências de formalização;
- 8.25** Entregar trimestralmente, ou quando solicitado, e ainda ao fim do contrato, cópias em CD, DVD ou pendrive de todas as peças publicitárias produzidas para o SEBRAE/TO, bem como as artes abertas das mesmas;
- 8.26** Todas as criações desenvolvidas serão de propriedade exclusiva do Sebrae/TO, tendo ele total direito sobre elas;
- 8.27** Manter, durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação exigidas na licitação;
- 8.28** Cumprir todas as leis e posturas federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que der causa;
- 8.29** Cumprir a legislação trabalhista com relação a seus funcionários e, quando for o caso, com relação a funcionários de terceiros contratados;
- 8.30** Assumir, com exclusividade, todos os impostos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado;
- 8.31** Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados;

- 8.32** Apresentar, quando solicitado pelo CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais;
- 8.33** Administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e o próprio CONTRATANTE;
- 8.34** Em casos de contratação de terceiros para a execução, total ou parcial, de serviços estipulados neste instrumento, exigir dos eventuais contratados, no que couber, as mesmas condições do presente Contrato;
- 8.35** Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação do CONTRATANTE;
- 8.36** Responder perante o CONTRATANTE e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de sua omissão na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou por erro seu em quaisquer serviços, objeto deste Contrato;
- 8.37** Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para o CONTRATANTE;
- 8.38** Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento de presente Contrato;
- 8.39** Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar o CONTRATANTE e de mantê-lo a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará o CONTRATANTE das importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias, a contar da data do efetivo pagamento;
- 8.40** Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedades ou direitos autorais, relacionados com os serviços objeto deste Contrato;
- 8.41** Celebrar termo de cessão de uso nos serviços que envolvam direitos autorais patrimoniais de terceiros, estabelecendo o objeto e a modalidade de cessão;
- 8.42** A CONTRATADA deverá, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas oriundas deste instrumento;
- 8.43** A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses dos contratantes, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados;
- 8.44** Responsabilizar-se pelas despesas de deslocamento de seus profissionais ou de seus representantes para fins de atendimento do SEBRAE/TO, exceto em casos de viagens, onde será aplicada a norma existente para o caso.

#### **CLÁUSULA SEXTA – DAS OBRIGAÇÕES DA SEBRAE/TO**

- 6.1** Designar empregado para acompanhar com a CONTRATADA, as fases de desenvolvimento e execução de serviços demandados via e-mail;
- 6.2** Comunicar à CONTRATADA toda e qualquer orientação acerca dos serviços demandados e fornecer a esta todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços publicitários;
- 6.3** Proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

- 6.4 Notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;
- 6.5 Notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade;
- 6.6 Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA, após conclusão e/ou cancelamento de serviços previamente aprovados;
- 6.7 Remunerar a CONTRATADA.

#### CLÁUSULA SÉTIMA – FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

- 7.1 A Comunicação do SEBRAE/TO acompanhará a execução das etapas dos serviços e avaliará a qualidade dos mesmos, podendo rejeitá-los em parte ou no todo, com exposição de motivos, assim como poderá fiscalizar, a seu critério, a aplicação dos recursos pelas agências na contratação de fornecedores e veículos.
- 7.2 A não-aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará na dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância do SEBRAE/TO.
- 7.3 A ausência de comunicação, por parte do SEBRAE/TO, de irregularidade ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste contrato.

#### CLÁUSULA OITAVA – DO PAGAMENTO

- 8.1 O Sebrae/TO pagará à Contratada pelos serviços prestados, conforme o resultado obtido na licitação, os seguintes valores:
  - a) Desconto a ser concedido ao SEBRAE/TO, sobre os **custos internos**, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de Goiás: \_\_\_% (..... por cento);
  - b) Honorários de .....% (..... por cento) incidentes sobre os **custos de produção** comprovados, realizados com a efetiva intermediação da CONTRATADA, cuja utilização pelo SEBRAE/TO **proporcione** à agência o **desconto padrão** de agência a ser concedido por **veículos de divulgação**.
  - c) Honorários de .....% (..... por cento) incidentes sobre os **custos de produção** comprovados, realizados com a efetiva intermediação da CONTRATADA, cuja utilização pelo SEBRAE/TO **não proporcione** à agência o **desconto padrão** de agência a ser concedido por **veículos de divulgação**.
- 8.2 Os pagamentos serão efetuados pelo SEBRAE/TO, conforme cronograma de pagamento da instituição, por meio de boleto e/ou depósito bancário e apresentação dos seguintes documentos:
  - 8.2.1 **Serviços da Agência:**
    - a) Nota Fiscal de Prestação de Serviços, com referência ao número do processo, número do contrato, descrição do serviço da agência, a quantidade, o valor unitário e o valor total, nome da campanha e, devidamente atestada pela área solicitante;
    - b) Certidão de Regularidade do FGTS-CRF;
    - c) Certidão de Regularidade relativa à Seguridade Social do (CND/INSS);
    - d) Certidão de Regularidade com a Receita Federal do Brasil e Procuradoria Geral da Fazenda Nacional (Certidão Conjunta);
    - e) Registro Auxiliar de Nota Fiscal de Serviços (RANFS) emitida pela CONTRATADA, com referência ao número do processo, devidamente atestada pela área solicitante, caso

a empresa contratada não seja do município de Palmas e tenha prestado serviço neste município;

- f) Declaração de Serviços nos casos em que a empresa for optante do SIMPLES NACIONAL;

#### **8.2.2 Serviços de terceiros e de veiculação:**

- a) Nota Fiscal de Prestação de Serviços emitida pela empresa contra o SEBRAE/TO, com referência ao número do processo e nome da campanha, devidamente atestada pela área solicitante;
- b) Certidão de Regularidade do FGTS-CRF;
- c) Certidão de Regularidade relativa à Seguridade Social do (CND/INSS);
- d) Prova de Regularidade com a Receita Federal do Brasil e Procuradoria Geral da Fazenda Nacional (Certidão Conjunta);
- e) Declaração de Serviços nos casos em que a empresa for optante do SIMPLES NACIONAL;
- f) Registro Auxiliar de Nota Fiscal de Serviços (RANFS) emitida pela CONTRATADA, com referência ao número do processo, devidamente atestada pela área solicitante, caso a empresa contratada não seja do município de Palmas e tenha prestado serviço neste município;

#### **8.3 Serão suspensos os pagamentos se:**

- a) No ato do atesto os serviços não estiverem sendo prestados de acordo com o proposto, aceito e contratado;
- b) As notas fiscais/faturas contiverem incorreções. Neste caso, serão devolvidas acompanhadas dos motivos de sua rejeição, contando-se, então, o prazo para pagamento a partir da reapresentação, sem qualquer tipo de reajuste.

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

**8.5** O SEBRAE/TO poderá deduzir do montante a pagar, as indenizações devidas pela CONTRATADA em razão de inadimplência nos termos do presente contrato, ou ainda, efetuar, judicialmente as cobranças pertinentes.

**8.6** Não haverá reajuste de preços de serviços da Contratada, em face da peculiaridade da remuneração da contratada constituir em percentagem sobre os custos dos trabalhos aprovados pelo órgão gerenciador do contrato, nem compensação financeira, salvo o da tabela referencial de custos em real do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Goiás - SINAPRO/GO.

**8.7** Não haverá pagamento de tributos e outros encargos por parte do SEBRAE/TO.

**8.8** Os honorários sobre os custos comprovados dos serviços autorizados e executados por terceiros não deverão incidir sobre os impostos que forem adicionados aos preços desses serviços.

#### **CLÁUSULA NONA – DOS DIREITOS AUTORAIS**

- 9.1** A CONTRATADA cede ao SEBRAE/TO, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste Contrato.
- 9.1.1** O valor dessa cessão é considerado incluso nas modalidades de pagamento definidas na Cláusula Oitava deste Contrato.
- 9.1.2** O SEBRAE/TO poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, com ou sem modificações, após a vigência deste Contrato, com ou sem eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA.
- 9.2** Nos casos de cessão por tempo limitado, a CONTRATADA condicionará a contratação do serviço por período mínimo de 12 (doze) meses e utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão.
- 9.2.1** Quando o SEBRAE/TO optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva, a CONTRATADA se compromete a fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiro, ou seja, termo de cessão de uso, para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços, cláusulas escritas que:
- 9.2.1.1** Quando da cessão total, definitiva e ilimitada:
- 9.2.1.1.1** Explicitem a cessão total, definitiva e ilimitada, por esse terceiro, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação, a produção e a direção, a composição, o arranjo e a execução de trilha sonora, as matrizes, os fotolitos e demais trabalhos assemelhados.
- 9.2.1.1.2** Estabeleçam que o SEBRAE/TO possa a seu juízo, sem necessidade de autorização prévia do terceiro (cedente), utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, sem que lhe caiba qualquer ônus perante o cedente (terceiro) desse direito.
- 9.2.2.2** Quando da Cessão total, definitiva e limitada:
- 9.2.2.2.1** Explicitem a cessão total, definitiva e limitada, por esse terceiro, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação, a produção e a direção, a composição, o arranjo e a execução de trilha sonora, as matrizes, os fotolitos e demais trabalhos assemelhados.
- 9.2.2.2.2** Estabeleçam que o SEBRAE/TO possa a seu juízo, com a necessidade de autorização prévia do terceiro (cedente), utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, sem que lhe caiba qualquer ônus perante o(s) cedente (terceiro) desse direito.
- 9.3** Qualquer pagamento devido em decorrência da cessão – definitiva ou por tempo limitado – será sempre considerado como já incluída no custo de produção.
- 9.4** A CONTRATADA se compromete a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos.



**CLAÚSULA DÉCIMA – DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

- 10.1** Pela inexecução total ou parcial injustificada, execução deficiente, irregular ou inadequada do objeto licitatório, assim como o descumprimento dos prazos e condições estipulados implicará nas penalidades abaixo mencionadas:
- 10.1.1** Advertência;
  - 10.1.2** Multa de até 10% (dez por cento) do valor do contrato nos casos de inexecução parcial ou total do contrato ou descumprimento de qualquer obrigação contratual;
  - 10.1.3** Suspensão temporária do direito de licitar ou contratar com o SISTEMA SEBRAE, por prazo não superior a 02 (dois) anos;
- 10.2** As sanções de advertência e suspensão poderão ser aplicadas juntamente com a de multa, garantidas em todas as hipóteses o direito à ampla defesa.
- 10.3** A aplicação da penalidade de multa não impede que o SEBRAE/TO rescinda unilateralmente o contrato e aplique outras sanções previstas no item 10.1, facultada à defesa prévia da CONTRATADA, no respectivo processo.
- 10.4** Para a aplicação das penalidades previstas nesta Cláusula, a **CONTRATADA** será notificada para apresentação de defesa prévia, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados a partir da notificação.
- 10.5** As multas deverão ser recolhidas dentro do prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar da correspondente notificação ou decisão do Diretor Superintendente, ou descontadas do pagamento, ou, ainda, quando for o caso, cobradas judicialmente.

**CLAÚSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DA RESCISÃO**

- 11.1** Constituem motivos para rescisão unilateral do contrato, por parte do SEBRAE/TO, os seguintes:
- a)** O não cumprimento de cláusulas contratuais, especificações e prazos;
  - b)** O cumprimento irregular de cláusulas contratuais, especificações e prazos;
  - c)** O atraso injustificado no início do serviço;
  - d)** A paralisação do serviço, sem justa causa e prévia comunicação ao SEBRAE/TO;
  - e)** A subcontratação total, a cessão ou transferência total do objeto contratual;
  - f)** O desatendimento das determinações regulares da autoridade designada para acompanhar e fiscalizar a sua execução, assim como a de seus superiores;
  - g)** O cometimento reiterado de faltas na sua execução, anotadas na forma prevista neste contrato;
  - h)** A decretação de falência ou a instauração de insolvência civil;
  - i)** A dissolução da sociedade;
  - j)** A alteração social ou a modificação da finalidade ou da estrutura da CONTRATADA, bem como a sua associação com outrem, fusão, cisão ou incorporação, que prejudique ou inviabilize a execução do contrato;
  - k)** Razões de interesse administrativo do SEBRAE/TO;
  - l)** A ocorrência de caso fortuito ou de força maior, devidamente comprovada, impeditiva da execução do contrato.

- 11.2** A rescisão do contrato poderá ser amigável, por acordo entre as partes, reduzida a termo, com anuência expressa e por escrito do SEBRAE/TO.

§ 1º A rescisão administrativa ou amigável deverá ser precedida de parecer do Gestor do SEBRAE/TO e de autorização escrita e fundamentada da Diretora do SEBRAE/TO.

- 11.3 A rescisão do contrato poderá dar-se, ainda, judicialmente, nos termos da legislação em vigor.
- 11.4 Decorridos 30 (trinta) dias de atraso na execução dos serviços, sem que tenham sido apresentadas justificativas plausíveis, estará caracterizado o descumprimento total das obrigações assumidas, caso em que o SEBRAE/TO poderá optar pela rescisão do contrato.
- 11.5 Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados nos autos do processo de contratação, assegurado o contraditório e a ampla defesa.

#### CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - RESPONSABILIDADE SOCIAL E AMBIENTAL

- 12.1 A contratada se compromete, sob pena de infração e rescisão contratual, a:
- I. Não permitir a prática de trabalho análogo ao escravo ou qualquer outra forma de trabalho ilegal, bem como implementar esforços junto aos seus respectivos fornecedores de produtos e serviços, a fim de que esses também se comprometam no mesmo sentido.
  - II. Não empregar menores de 18 anos para trabalho noturno, perigoso ou insalubre, e menores de dezesseis anos para qualquer trabalho, com exceção a categoria de Menor Aprendiz.
  - III. Não permitir a prática ou a manutenção de discriminação limitativa ao acesso na relação de emprego, ou negativa com relação a sexo, origem, raça, cor, condição física, religião, estado civil, idade, situação familiar ou estado gravídico, bem como a implementar esforços nesse sentido junto aos seus respectivos fornecedores.
  - IV. Respeitar o direito de formar ou associar-se a sindicatos, bem como negociar coletivamente, assegurando que não haja represálias.
  - V. Buscar a incorporação em sua gestão dos Princípios do Pacto Global, disponível em <http://www.pactoglobal.org.br/dezPrincipios>, bem como o alinhamento com as diretrizes da Política de Responsabilidade Social Empresarial do SEBRAE/TO disponível em [www.sebrae.to.com.br](http://www.sebrae.to.com.br).
  - VI. Executar os serviços adotando padrão de competência e integridade ética e profissional. Para os propósitos deste parágrafo, define-se:
    - a) **“Padrão de competência”**: a capacidade de mobilizar conhecimentos, valores e decisões para agir de modo pertinente numa determinada situação de acordo com os serviços contratados;
    - b) **“Padrão de integridade ética e profissional”**: atender ao padrão ético estabelecido no Código de Ética do SEBRAE/TO disponível em [www.sebrae.com.br/uftocantins](http://www.sebrae.com.br/uftocantins).
  - VII. Deverão ser atendidas, além da legislação nacional, as regras específicas do SEBRAE/TO para prevenir e combater fraudes e corrupção que possam ocorrer durante a preparação e execução dos serviços contratados, ficando estabelecido que o Contratado deve observar e fazer observar o padrão de ética estabelecido pelo Código de Ética do SEBRAE/TO durante todo o processo de contratação e de execução do objeto contratual. Para os propósitos deste parágrafo, definem-se:
    - a) **“Prática corrupta”**: oferecer, dar, receber ou solicitar, direta ou indiretamente, qualquer vantagem com o objetivo de influenciar a ação do colaborador no processo de licitação ou na execução de contrato;
    - b) **“Prática fraudulenta”**: a falsificação ou omissão dos fatos, com o objetivo de influenciar o processo de licitação ou de execução de contrato;

- c) **“Prática conluiada”**: esquematizar ou estabelecer um acordo entre dois ou mais licitantes, com ou sem o conhecimento de representantes ou prepostos do órgão licitador, visando estabelecer preços em níveis artificiais e não-competitivos;
  - d) **“Prática coercitiva”**: causar dano ou ameaçar causar dano, direta ou indiretamente, às pessoas ou sua propriedade, visando influenciar sua participação em um processo licitatório ou afetar a execução do contrato.
  - e) **“Prática obstrutiva”**: (i) destruir, falsificar, alterar ou ocultar provas em inspeções ou fazer declarações falsas aos representantes do Sebrae/TO, com o objetivo de impedir materialmente a apuração de alegações de prática prevista acima; (ii) atos cuja intenção seja impedir materialmente o exercício do direito do contratante promover inspeção.
- VIII. Proteger e preservar o meio ambiente, bem como buscar prevenir e erradicar práticas que lhe sejam danosas, exercendo suas atividades em observância dos atos legais, normativos e administrativos relativos às áreas de meio ambiente, emanadas das esferas federal, estaduais e municipais e implementando ainda esforços nesse sentido junto aos seus respectivos fornecedores;
- IX. Desenvolver suas atividades respeitando a legislação ambiental, fiscal, trabalhista, previdenciária e social locais, bem como os demais dispositivos legais relacionados proteção dos direitos humanos, abstendo-se de impor aos seus colaboradores condições ultrajantes, sub-humanas ou degradantes de trabalho. Para o disposto desse artigo define-se:
- a) **“Condições ultrajantes”**: condições que expõe o indivíduo de forma ofensiva, insultante, imoral ou que fere ou afronta os princípios ou interesses normais, de bom senso, do indivíduo.
  - b) **“Condições sub-humanas”**: tudo que está abaixo da condição humana como condição de degradação, condição de degradação abaixo dos limites do que pode ser considerado humano, situação abaixo da linha da pobreza.
  - c) **“Condições degradantes de trabalho”**: condições que expõe o indivíduo à humilhação, degradação, privação de graus, títulos, dignidades, desonra, negação de direitos inerentes à cidadania ou que o condicione à situação de semelhante à escravidão.
- 12.2 A CONTRATANTE poderá recusar o recebimento de qualquer serviço, material ou equipamento, bem como rescindir imediatamente este Contrato, sem qualquer custo, ônus ou penalidade, caso se comprove que a CONTRATADA, subcontratados ou fornecedores utilizem-se de trabalho em desconformidade com as condições referidas nas cláusulas supracitadas.

#### CLAUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DA CLÁUSULA DE ANTICORRUPÇÃO

- 13.1 As partes concordam que executarão as obrigações contidas neste contrato de forma ética e de acordo com os princípios aplicáveis ao Sistema SEBRAE previstos no art. 2º do Regulamento de Licitações e Contratos.
- 13.2 A **CONTRATADA** assume que é expressamente contrária à prática de atos que atentem contra o patrimônio e a imagem do Sistema SEBRAE.
- 13.3 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 sob as leis de qualquer país, seja de forma direta ou indireta quanto

ao objeto deste contrato, ou de outra forma que não relacionada a este contrato, devendo garantir, ainda, que seus prepostos e colaboradores ajam da mesma forma.

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

#### **CLAÚSULA DÉCIMA QUARTA – DOS ANEXOS**

Constituem parte integrante deste Contrato, independentemente de transcrição, o Edital Concorrência nº 003/2017, seus anexos, os documentos relacionados com a fase de Habilitação, a proposta técnica e a de preço apresentada pela CONTRATADA e demais documentos que integram o processo licitatório.

#### **CLAÚSULA DÉCIMA QUINTA – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS**

- 15.1** As omissões deste contrato e as dúvidas oriundas de sua interpretação serão sanadas de acordo com o que dispuserem o Edital do Concorrência SEBRAE/TO n.º 003/2017 e a proposta apresentada pela CONTRATADA, prevalecendo, em caso de conflito, as disposições do Edital sobre as da proposta.
- 15.2** Respeitadas as cláusulas contratuais, cabe ressaltar que os casos omissos serão resolvidos entre as partes, em comum acordo, conforme o Regulamento de Licitações e de Contratos do Sistema SEBRAE ou, ainda, pelos princípios da teoria geral dos Contratos e as disposições do direito privado.
- 15.3** A CONTRATADA guiar-se-á pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade e promoção que estejam de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.
- 15.4** As comunicações relativas ao presente contrato serão consideradas como regularmente feitas, se entregues ou enviadas por carta protocolada, por telegrama ou por e-mail.
- 15.5** Este contrato poderá ser aditado nas hipóteses de complementação ou supressão do quantitativo do objeto licitado em até 25% (vinte e cinco por cento) do seu valor inicial, caso seja necessário e acordado entre as partes.

#### **CLAÚSULA DÉCIMA SEXTA – FORO**

Fica eleito o Foro da Comarca de Palmas, Estado do Tocantins, para dirimir todas as questões oriundas do presente Contrato, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

E, por estarem justos e acordados, assinam o presente Contrato em 03 (três) vias de igual teor e forma, juntamente com as testemunhas abaixo, para que produza os efeitos legais.

Palmas - TO, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2017.

Pelo SEBRAE:

**OMAR ANTONIO HENNEMAN**

**JARBAS LUÍS MEURER**



---

Diretor Superintendente

Diretor Administrativo Financeiro

Pela **CONTRATADA**: \_\_\_\_\_

TESTEMUNHAS:

Nome: \_\_\_\_\_  
CPF nº \_\_\_\_\_

Nome: \_\_\_\_\_  
CPF nº \_\_\_\_\_