

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, em sua versão atualizada em junho de 2011 e da Lei Complementar nº. 123, de 14 de dezembro de 2006, recepcionada no âmbito do SEBRAE pela Resolução CDN nº. 166/2008, torna público que realizará licitação, na modalidade **CONCORRÊNCIA**, tipo **TÉCNICA E PREÇO**, nos seguintes termos:

Data da Abertura: 23/09/2015

Horário: 09h30min

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: 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, conforme condições e especificações constantes neste Edital e seus anexos.

- 2.1.1** Também integram o objeto desta Concorrência, como atividades complementares, os seguintes serviços:

- 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.** Planejamento e execução de pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação ou sobre os resultados das ações realizadas;
- f.** Execução do Plano de Comunicação Publicitária, incluindo orçamento e realização das peças publicitárias (produção) nas mais diversas mídias e a compra, distribuição e controle da publicidade nos veículos contratados (execução de Mídia).
- g.** Planejamento e execução do desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação social publicitária, em consonância, com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

Parágrafo Único – 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.

2.1.2 Observando as especificações básicas, a empresa contratada deverá prestar, sob demanda, os seguintes serviços:

- 2.1.2.1.** Elaborar o Plano de Comunicação Publicitária, incluindo a concepção das mensagens, marcas e peças (criação) e o estudo dos meios e veículos que, segundo técnicas adequadas, assegurem a melhor cobertura dos públicos e/ou dos mercados objetivados (planejamento de mídia).
- 2.1.2.2.** Executar o Plano de Comunicação Publicitária, incluindo orçamento, acompanhamento, realização, entrega final e instalação das peças publicitárias (produção) e a compra, distribuição e controle da publicidade nos veículos contratados (execução de mídia).
- 2.1.2.3.** Elaborar o plano estratégico e de mídia, incluindo pesquisa, levantamento de perfil do público-alvo, análise de concorrência, estudos dos meios de publicidade e plano de mídia.
- 2.1.2.4.** Desenvolver plano de mídia, incluindo estudo do público-alvo, definição final dos meios, negociação de verba para contratação dos meios, contratação dos espaços publicitários, envio de material para os meios e acompanhamento da veiculação.
- 2.1.2.5.** Identificar e analisar os públicos e/ou do mercado onde o conceito, ideia, marca, produto ou serviço encontre melhor possibilidade de assimilação.
- 2.1.2.6.** Identificar e analisar as ideias, marcas, produtos ou serviços concorrentes.
- 2.1.2.7.** Assessorar, apoiar, contratar e desenvolver pesquisas de opinião e de mercado e outras que se fizerem necessárias à execução ou ao subsídio da estratégia de divulgação aprovada.
- 2.1.2.8.** Assessorar e apoiar no planejamento e na execução de ações de publicidade, relações públicas e de marketing.
- 2.1.2.9.** Planejar, conceber, criar peças para comunicação digital e posterior desenvolvimento, implementação, animação, disponibilização, produção e veiculação do material aprovado.
- 2.1.2.10.** Elaboração e desenvolvimento de marcas, expressões de propaganda, logotipos, símbolos, ilustrações, estampas e outros elementos de programação visual, bem como suporte no registro de sua propriedade pelo Sebrae no Tocantins.
- 2.1.2.11.** Planejar e desenvolver ações promocionais para divulgação de produtos e projetos do Sebrae no Tocantins.
- 2.1.2.12.** Elaborar Relatórios de Campanha e Projetos, em formato de apresentação, contendo objetivos, defesa, ações desenvolvidas, mídias utilizadas, peças criadas e produzidas, orçamentos e indicadores de resultados.
- 2.1.2.13.** Elaborar pesquisas qualitativas e/ou quantitativas pré e/ou pós-campanha para identificar conhecimento da marca/produtos/serviços Sebrae em

Rondônia; 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.

- 2.1.2.14.** Planejar e executar pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas.
- 2.1.2.15.** Desenvolver todas as peças publicitárias relacionadas às campanhas (mídia ou não mídia), incluindo direção de arte, criação e finalização dos materiais, bem como envio dos arquivos finais aos fornecedores e empresas gráficas, mídias e dentre outras.
- 2.1.2.16.** Criar e desenvolver formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.
- 2.1.2.17.** Fazer o monitoramento e controle das inserções publicitárias (mídias contratadas) por meio de relatório mensal com comprovação das veiculações, sendo que, para as veiculações em mídias de massa (tais como 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.
- 2.1.2.18.** Elaborar redação publicitária para as peças relacionadas à campanha, bem como revisão de texto, gramatical e ortográfica da mesma.
- 2.1.2.19.** Elaborar projeto de comunicação visual de eventos (feiras, congressos e afins), incluindo a concepção visual e a elaboração de peças.
- 2.1.2.20.** Elaborar planejamento de projetos de comunicação para potencializar a experiência da marca Sebrae no Tocantins com os seus diversos públicos.
- 2.1.2.21.** Elaborar e providenciar o desenvolvimento de peças para ações de endomarketing e comunicação interna.
- 2.1.2.22.** Fazer a identificação e análise dos públicos e/ou mercados potenciais onde o conceito, ideia, marca, produto ou serviço encontre maior possibilidade de alcance junto ao público.
- 2.1.2.23.** Desenvolver estratégias de comunicação publicitária nas redes sociais que facilitem o contato do Sebrae no Tocantins com o seu público-alvo.
- 2.1.2.24.** Fazer editoração, adequação de conteúdo e de linguagem e revisão de publicações impressas e digitais (cartilhas, relatório de atividade anual, revistas, jornais, catálogos, boletins, cadernos, folders, folhetos, dentre outros).
- 2.1.2.25.** Fazer o planejamento, concepção, criação e produção de mensagens e peças para comunicação digital para web sites, telefonia móvel, e-mail marketing, redes sociais, dentre outras.
- 2.1.2.26.** Fazer produção de audiovisuais.
- 2.1.2.27.** Prestar assessoramento contemplando o planejamento e a elaboração de projetos de identidade visual para os pontos de atendimento, assessoramento em blitz promocional para abordagem de segmentos de públicos específicos, criação de estratégias de marketing e de comunicação publicitária que deem sustentação às ações institucionais de estímulo a experiências do consumidor com a marca Sebrae, desenvolvimento de estratégias com a otimização de recursos e ferramentas de comunicação virtual para facilitar o contato do Sebrae no Tocantins com os seus públicos-alvo.

- 2.2** A prestação de serviços será em âmbito estadual, podendo, eventualmente, ter abrangência nacional em ações específicas.
- 2.3** A execução dos serviços listados, inclusive outros inerentes à atuação das agências de publicidade, constituirá mera expectativa em favor da empresa contratada.

3. DO VALOR ESTIMADO, DO CONTRATO E DA VIGÊNCIA DO CONTRATO

- 3.1** **O valor global estimado para gastos com os serviços objeto da presente concorrência é de R\$ 3.200.000,00 (três milhões e duzentos 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\$ 3.200.000,00 (três milhões e duzentos 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** Depois de homologado o resultado da concorrência e depois de decorrido o prazo para interposição dos recursos e suas respectivas decisões, a adjudicatária será convocada pelo Diretor Superintendente do **SEBRAE/TO**, no prazo de 05 (cinco) dias úteis para assinar o contrato.

- 3.3** O prazo de vigência do Contrato será de 12 (doze) meses, 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.

- 3.4** 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.

4. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

- 4.1** Somente poderão participar deste procedimento seletivo 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 Decreto 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 que será o único admitido a intervir no procedimento licitatório e a responder, por todos os atos e efeitos previstos neste edital, em nome da representada;
- 4.1.3** O representante da empresa deverá identificar-se com a apresentação do documento de identidade;

- 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 que estejam em processo de falência, sob concurso de credores, em dissolução ou em liquidação.

5. DO CREDENCIAMENTO, DAS PROPOSTAS E DA HABILITAÇÃO

5.1 No dia, local e horário estabelecidos neste edital, as licitantes interessadas entregará 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 apostada 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: 77006-006, 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 de Licitação, durante a primeira sessão, conforme procedimentos formais.

5.1.2 ENVELOPE “B” PROPOSTA TÉCNICA – Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitária

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 XXXXXX

Razão Social da Licitante

Representante Legal

5.1.3 ENVELOPE “C” CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS

ENVELOPE “C”: PROPOSTA TÉCNICA

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPÓRTORE RELATOS SEBRAE/TO - SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO ESTADO DO TOCANTINS
CONCORRÊNCIA Nº 004/2015

Razão Social da Licitante
Representante Legal

5.1.4 ENVELOPE “D” PROPOSTA DE PREÇOS**ENVELOPE “D”: PROPOSTA DE PREÇOS**

SEBRAE/RO - SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO ESTADO DO TOCANTINS
CONCORRÊNCIA Nº 004/2015
Razão Social da Licitante
Representante Legal

5.1.5 ENVELOPE “E” HABILITAÇÃO**ENVELOPE “E”: HABILITAÇÃO**

SEBRAE/RO - SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO ESTADO DO TOCANTINS
CONCORRÊNCIA Nº 004/2015
Razão Social da Licitante
Representante Legal

5.1.6 ENVELOPE “F” CREDENCIAMENTO**ENVELOPE “F”: CREDENCIAMENTO**

SEBRAE/RO - SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO ESTADO DO TOCANTINS
CONCORRÊNCIA Nº 004/2015
Razão Social da Licitante
Representante Legal

6. DA ENTREGA DOS ENVELOPES E DE SEUS CONTEÚDOS

- 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 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 do Tocantins) como em todo o seu conteúdo.

6.5 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.

6.6 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).

6.7 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 do Tocantins o pagamento de tributos ou outros encargos e declaração sobre como tratará direitos autorais e patrimoniais pertinentes à execução do contrato.

6.8 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 Regulamento de Licitações e de Contratos do Sebrae.

6.9 Conteúdo do Envelope F:

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

6.10 Todas as folhas dos envelopes A, B, C, D e E 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. 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;
- 7.1.4** Por 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.

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** **Especificações gerais sobre o formato:** A Proposta Técnica consistirá de um conjunto de textos e anexos, conforme o seguinte detalhamento:
- 8.2.1** Todos os conteúdos dos três envelopes referentes à proposta técnica deverão, obrigatoriamente, ser apresentados em fonte Arial, corpo 12, na cor preta, com alinhamento justificado, espaçamento entre as linhas de 1,5, espaçamento entre parágrafos de 6 pontos (antes e depois), encadernação em espiral na cor preta, capa transparente e contracapa na cor preta, 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.
- 8.2.2** 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.
- 8.2.3** Para a Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos, constante no Envelope C, o caderno de textos e documentos não poderá exceder 100 (cem) laudas com, no máximo, 30 (trinta) linhas cada uma.
- 8.2.4** Qualquer informação que extrapole a quantidade de linhas ou de laudas será desconsiderada.

8.3 Especificações gerais sobre o Plano de Comunicação Publicitária

- 8.3.1** A empresa, por meio do seu representante legal devidamente credenciado, deverá retirar junto à Comissão 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.
- 8.3.2** A empresa participante deverá inserir nos envelopes A e B o caderno de textos e os anexos pertinentes.
- 8.3.3** Para efeito de avaliação nesta fase, as empresas deverão apresentar uma campanha publicitária simulada sobre o tema hipotético apresentado no briefing (Anexo 1), documento que complementará o edital.

8.4 Especificações da Proposta Técnica Apócrifa (ENVELOPE A)

- 8.4.1** 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**.
- 8.4.2** 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.

8.5 O Plano de Comunicação Publicitária versará sobre os seguintes quesitos:

- 8.5.1** **RACIOCÍNIO BÁSICO:** sob a forma de texto, o licitante deverá apresentar um diagnóstico das necessidades de comunicação social publicitária do Sebrae do Tocantins, evidenciando a sua compreensão sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados;
- 8.5.2** **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 do Tocantins, 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.
- 8.5.3** **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/m²). O tamanho das impressões e das pranchas em papel cartão na cor branca poderá ser escolhido pelas agências, desde que caibam no envelope padrão fornecido pelo Sebrae / TO (formato: 63cm de largura por 90cm comprimento), sem danificar o invólucro nem as peças.
 - c.** A licitante que apresentar arquivos em DVD e/ou CD 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. A apresentação de texto explicativo, nesse quesito, significará a desclassificação da empresa licitante.

8.5.4 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 integrarem 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.

Nessa simulação:

- 1)** Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia do Sindicato das Agências de Propaganda de Goiás, que rege o Estado do Tocantins, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- 2)** 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;
- 3)** Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

8.5.5 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 estudo e pesquisa, criação, produção e veiculação, com identificação das peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação;
- b.** Planilhas com simulação de Pedido de Inserção que corporifiquem a estratégia de mídia apresentada.

8.5.6 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.

8.6 Especificações da Proposta Técnica Identificada (ENVELOPE B)

8.6.1 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.

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

- 8.7.1** 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.
- 8.7.2** 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”).

A. Sobre a Capacidade de Atendimento:

- a. Sob a 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 que efetivamente ficarão alocados em Palmas/TO para atender a conta do Sebrae do Tocantins, de maneira discriminada, por setor da agência, respondendo à demanda de profissionais relacionados para o atendimento minimamente estipulado, a saber:
- 1 (um) Profissional de Atendimento exclusivo para a conta;
 - 1 (um) Redator Publicitário com experiência de Mercado de no mínimo 3 anos;
 - 1 (um) Diretor de Arte / Arte-finalista com experiência de mercado de no mínimo 3 anos;
 - 1 (um) Profissional de Criação/Produção para Comunicação Digital e Web.
 - 1 (um) profissional de mídia com experiência de mercado de no mínimo 3 anos;
 - 1 (um) profissional de planejamento com experiência de mercado de no mínimo 3 anos;
 - 1 (um) Executivo Administrativo-Financeiro.
- b. 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.
- c. Apresentação de 01 (um) atestado fornecido por 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.
- d. Apresentação textual das instalações físicas, instrumental técnico, infraestrutura e recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato.
- e. 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.
- f. Descrição de informações de marketing e comunicação a serem colocadas regularmente à disposição do Sebrae do Tocantins, sem ônus adicional, durante a

vigência do contrato.

B. Sobre o Repertório:

- a. Sob a 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 e outros) e 1 (uma) peça de mídia exterior (como outdoor, mobiliário urbano, busdoor e outros).
- b. Cada peça deve acompanhar documento assinado pelo anunciante responsável, 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 ou CD.
- 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 do Tocantins.
- 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.

C. Sobre o Relato de Soluções:

- a. Sob a forma de texto e de peças, cada licitante deverá apresentar no Envelope de Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:
 - 1) 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.
 - 2) O relato deverá ser apresentado em até 2 (duas) páginas de texto, em formato já especificado neste certame.
 - 3) 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.
 - 4) É vedada a apresentação de relato referente a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pelo Sebrae/TO.

b. Anexos do Relato:

- 1) 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.
- 2) 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.

- 3) 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.
- 4) 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\$ 550.000,00 (quinhentos e cinquenta mil reais) e período de execução compreendendo os meses de janeiro a março de 2016.
- 5) O briefing que descreve o problema de comunicação do Sebrae do Tocantins está no Anexo I desse Edital.

9. PROPOSTA DE PREÇO

- 9.1 A Proposta de Preços contida no **Envelope “D”** deverá ser apresentada na forma e requisitos indicados nos subitens a seguir:

9.1.1 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, como também rubricadas todas as suas folhas.

9.1.1.1. Apresentar procuração que habilite o representante (procurador) a assinar documentos da empresa, se for o caso.

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

- 9.2 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:

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 do Estado 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.
- d. Declaramos também que, na vigência do contrato, do Desconto-Padrão de Agência a que fazemos jus, à base de um percentual bruto de 20% (vinte por cento) dos preços de tabela ou dos preços negociados para

veiculação, a ser concedido pelos veículos de divulgação, repassaremos ao Sebrae/TO, sob forma de desconto, () pontos percentuais e permaneceremos com os restantes () pontos percentuais.

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

9.2.1 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:

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.

b. O compromisso de que:

1) 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.

2) 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.

c. 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:

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.

2) Estabeleçam que o Sebrae do Tocantins 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.

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.

d. A licitante deverá assegurar ainda que:

- 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 do Tocantins.
 - 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.
 - 3) Garantirá a transferência, ao Sebrae do Tocantins, de toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços e/ou condições de pagamento junto a veículos e a fornecedores.
- 9.3** 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.
- 9.4** 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.
- 9.5** O Envelope D deverá conter também **DECLARAÇÃO** conforme modelo disponível no **Anexo II** deste Edital, assinada pelo representante legal da empresa de que inexiste participação de empregado ou dirigente de quaisquer entidades operacionalmente vinculadas ao Sistema SEBRAE, bem como de ex-empregado ou ex-dirigente de quaisquer entidades ao mesmo 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.
- 9.6** As Microempresas e Empresas de Pequeno Porte que se enquadrem como tal e desejarem obter benefícios da Lei Complementar n.º 123 de 14 de dezembro de 2006, recepcionada no âmbito do SEBRAE pela Resolução CDN nº. 166/2008 deverão apresentar a **declaração** constante do **Anexo III** deste Edital.
- 9.7** Serão desclassificadas as propostas que desobedecerem às condições do presente edital e que apresentem rasuras e falhas que impossibilitem a sua compreensão.

10. DA HABILITAÇÃO

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

10.1.1 HABILITAÇÃO JURÍDICA

- a. Cópia autenticada do Documento de identificação dos sócios ou representantes legais;
- b. Prova de registro comercial, no caso de empresa individual;
- c. 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. 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

- a)** Prova de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica – CNPJ;
- b)** Prova de regularidade relativa ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS) – CRF;
- c)** Prova da regularidade fiscal de todos os tributos federais, inclusive contribuições previdenciária unificadas conforme Portaria MF 358, de 5 de setembro de 2014;
- d)** Prova de regularidade para com a Fazenda Estadual, expedida pelas Secretarias de Fazenda ou órgão equivalente no domicílio ou sede da licitante;
- e)** Prova de regularidade para com a Fazenda Municipal, expedida pelas Secretarias de Fazenda ou órgão equivalente no domicílio ou sede da licitante;
- f)** Certidão negativa de Débitos Trabalhistas;

10.1.3 QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

- a)** 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.
- b)** 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;
- c)** 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.
- d)** Atestado(s) fornecido(s) por veículo(s) de comunicação de âmbito nacional ou estadual, dando conta do fiel cumprimento, por parte da licitante, dos compromissos por ela assumidos em nome de seus clientes.

10.1.4 QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

- 10.1.4.1** Certidão Negativa de Falência expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica;

10.1.4.2 Balanço 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.

10.1.4.2.1 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.

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

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

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

10.1.4.2.3 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).

- a) A Certidão Negativa de Falência quando emitida pela Internet poderá ser apresentada como cópia simples. Caso seja emitida pelo Órgão/Instituição responsável quando não apresentada a original, deverá ser apresentada através de cópia autenticada por tabelião de notas.

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** É vedada à Comissão Permanente de Licitação a realização de autenticações dos documentos ora apresentados no presente certame, de acordo com o Inciso V do Art. 7º da Lei 8.935/1994.
- 10.3** Somente serão aceitos os documentos em perfeitas condições de legibilidade e entendimento.

- 10.4** Os documentos 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. As exceções serão avaliadas quando anexada legislação específica para o respectivo documento.
- 10.5** 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.
- 10.6** **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.**
- 10.7** Todos os documentos deverão ser emitidos em favor do domicílio ou da sede da licitante.
- 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, será baseada no critério de técnica e preço, na proporção de peso 50% para técnica e 50% para preço, as propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas e que tenham experiência reconhecida, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto

ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação, nomeados por portaria específica do represente legal do Sebrae do Tocantins, especialmente constituída para esse fim.

- 11.2** Na apreciação das Propostas Técnicas será considerada a proposta publicitária desenvolvida e os documentos da licitante, sendo certo que receberá um máximo de 60 (sessenta) pontos, distribuídos entre os diversos quesitos de julgamento.
- 11.3** 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">▪ Não atende ou atende minimamente aos critérios exigidos▪ Apresenta qualidade abaixo do esperado▪ O conceito não está claro ou não está bem defendido ou sugere leitura desfavorável ao Sebrae do Tocantins▪ Apresenta informações imprecisas ou inconsistentes	Até 30% da pontuação do critério
AP	Atende Parcialmente	<ul style="list-style-type: none">▪ Atende parcialmente aos critérios do edital▪ Atende com padrão de qualidade regular▪ Limita-se a repetir informações do briefing	+ de 30% até 60% da pontuação do critério
AR	Atende com Ressalvas	<ul style="list-style-type: none">▪ Atende aos critérios formais do edital com ressalvas▪ Apresenta análise pouco além do briefing▪ O conceito apresentado expande as qualidades positivas da marca Sebrae▪ A estratégia é focada em resolver o problema de comunicação▪ Apresenta evidências de inovação razoavelmente expressivas	+ de 60% até 90% da pontuação do critério
EX	Atende com Excelência	<ul style="list-style-type: none">▪ Atende plenamente aos critérios estabelecidos pelo edital▪ Atende ao objetivo do briefing, superando o padrão estabelecido▪ Apresenta análise além das informações disponibilizadas pelo edital e seus anexos▪ Apresenta proposta clara para enfrentar o problema de comunicação de forma simples e direta▪ Estabelece inovação efetiva para atendimento ao problema de comunicação▪ A estratégia apresentada é ousada e supera as expectativas▪ Apresenta dados relevantes inerentes ao Sebrae e/ou aos pequenos negócios▪ Estabelece novos padrões de atuação e/ou desempenho▪ Apresenta conceito inovador, que cria posição única e expande as qualidades positivas da marca Sebrae▪ Atua decisivamente para resolver o problema de comunicação.	+ 90% até 100% da pontuação do critério

11.4 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:

- a.** Aplicar penalidade na pontuação de itens ou subitens de propostas que não atendam integralmente os critérios previstos no edital.
- b.** Desclassificar a proposta que:
 - Não atender a quaisquer exigências legais do edital e seus anexos.
 - Não alcançar, no resultado geral, a nota mínima de 35 (trinta e cinco) pontos.
 - Obtiver nota 0 (zero) na totalização de pontos de quaisquer subitens da Proposta Técnica.
 - Enquadrar em critério de desclassificação previsto no edital.

11.5 A Subcomissão Técnica levará em consideração as seguintes orientações:

- a.** A nota final de cada quesito corresponderá à nota de consenso dos membros da Subcomissão Técnica.
- b.** 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:

1) Envelope A: Plano de Comunicação – Via não identificada com a pontuação máxima de 45 pontos assim distribuídos:

- Raciocínio Básico: máximo de 10 pontos
- Estratégia de comunicação: máximo de 10 pontos
- Ideia Criativa: máximo de 15 pontos
- Estratégia de mídia: máximo de 10 pontos

2) 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).

3) Envelope C: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos com a pontuação máxima de 15 pontos, sendo:

- Capacidade de atendimento: máximo de 5 pontos
- Repertório: máximo de 5 pontos
- Relato de Soluções: máximo de 5 pontos

11.6 A pontuação final de cada Proposta Técnica será definida pela soma das notas atribuídas a cada um dos fatores relacionados acima, podendo totalizar 60 (sessenta) pontos.

11.7 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:

TABELA 2 – Pontuação da Proposta Técnica Relativa ao Plano de Comunicação Publicitária

PONTUAÇÃO MÁXIMA: 45 (QUARENTA E CINCO) PONTOS (Somatório dos Subitens 1 + 2 + 3 + 4)

QUESITOS AVALIADOS	SUBITEM 1: RACIOCÍNIO BÁSICO	Pontuação máxima de
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 do Tocantins 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.	4,0	
Pontuação máxima do subitem RACIOCÍNIO BÁSICO:		10 (DEZ) PONTOS

QUESITOS AVALIADOS	SUBITEM 2: ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO	Pontuação máxima de
a) A adequação do partido temático proposto à natureza e à qualificação do Sebrae do Tocantins 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 do Tocantins;	2,0	
d) A evidência de pensamento estratégico de comunicação e sua relação positiva com o partido apresentado e com a natureza da instituição;	2,0	
e) A qualidade dos desdobramentos em ações de comunicação integrada e digital;	1,0	
f) A cobertura dos públicos-alvo por meio da linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida.	1,0	
Pontuação máxima do subitem ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO:		10 (DEZ) PONTOS

QUESITOS AVALIADOS	SUBITEM 3: IDEIA CRIATIVA	Pontuação máxima de
a) Sua adequação ao problema específico de comunicação do Sebrae do Tocantins;	2,0	
b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerando os objetivos do Sebrae do Tocantins;	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 do Tocantins e à sua inserção na sociedade;	2,0
g) Os desdobramentos comunicativos que enseja;	1,0
h) A exequibilidade das peças;	1,0
i) A compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos;	1,0
j) A capacidade de síntese da estratégia de comunicação;	1,0
Pontuação máxima do subitem IDEIA CRIATIVA:	15 (QUINZE) PONTOS

QUESTOS AVAIIADOS	SUBITEM 4: ESTRATÉGIA DE MÍDIA	Pontuação máxima de
	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 do Tocantins;	1,0
	g) Coerência e conhecimento ao propor a utilização de mídias digitais para atingir os objetivos de comunicação;	1,0
Pontuação máxima do subitem ESTRATÉGIA DE MÍDIA:		10 (DEZ) PONTOS

TABELA 3 – Pontuação da Proposta Técnica Relativa à Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

PONTUAÇÃO MÁXIMA: 15 (QUINZE) PONTOS (Somatório dos Subitens 5 + 6 + 7)		
QUESTOS AVAIIADOS	SUBITEM 5: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	Pontuação máxima de
	a) A quantidade e a qualificação dos profissionais a serem colocados à disposição do Sebrae do Tocantins, 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 do Tocantins, com especial atenção à estrutura de produção digital;	2,0

	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;	0,5
	c) Operacionalidade do relacionamento entre o Sebrae do Tocantins e a licitante, indicada na proposta;	1,0
	d) A infraestrutura técnica e operacional, bem como recursos materiais colocados à disposição do Sebrae do Tocantins na execução do contrato.	1,0
	e) Relacionamento da licitante com outros clientes, conforme declarações apresentadas.	0,5
	Pontuação máxima do subitem CAPACIDADE DE ATENDIMENTO:	5 (CINCO) PONTOS

QUESITOS AVALIADOS	SUBITEM 6: REPERTÓRIO	Pontuação máxima de
	a) A ideia criativa e sua pertinência	2,0
	b) A clareza da exposição	2,0
	c) A qualidade da execução e do acabamento	1,0
	Pontuação máxima do subitem REPERTÓRIO:	5 (CINCO) PONTOS

QUESITOS AVALIADOS	SUBITEM 7: RELATO DE SOLUÇÕES	Pontuação máxima de
	a) Avaliação da capacidade de detectar e delimitar problemas de comunicação;	1,0
	b) A capacidade de equacionar e planejar uma solução efetiva para um problema de comunicação;	1,0
	c) A evidência de perfeita concatenação entre causa e efeito;	1,0
	d) A capacidade de medir adequadamente os resultados;	1,0
	e) A evidência de adequada integração da comunicação digital com a comunicação publicitária;	1,0
	Pontuação máxima do subitem REPERTÓRIO:	5 (CINCO) PONTOS

- 11.8** 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 identificar cada proposta apócrifa pelo respectivo partido temático proposto pela Licitante.

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:

QUESITOS AVALIADOS	DESCONTO / HONORÁRIOS / REPASSE	NOTAS	Pontuação máxima de cada quesito
	a) Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Goiás.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desconto igual a 0,0% N = 0,0 ▪ Desconto superior a 0,0% N = 0,1 x Desconto 	10 Pontos
	b) Percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, cuja utilização pelo Sebrae do Tocantins proporcione à agência desconto-padrão concedido por veículos de divulgação.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Honorários iguais ou superiores a 15% N = 0,0 ▪ Honorários inferiores a 15% N = 0,5 x (15,0 – Honorários) 	7,5 Pontos
	c) Percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, cuja utilização pelo Sebrae do Tocantins não proporcione à agência desconto-padrão concedido por veículos de divulgação.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Honorários iguais ou superiores a 15% N = 0,0 ▪ Honorários inferiores a 15% N = 0,5 x (15,0 – Honorários) 	7,5 Pontos
	d) Percentual de repasse do desconto-padrão de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Repasse igual 0,0% N = 0,0 ▪ Repasse superior a 0,0% até 5,0% N = 3,0 x Repasse 	15 Pontos
PONTUAÇÃO MÁXIMA			40 (QUARENTA) PONTOS

Observações:

1) Com relação a cada quesito da tabela de pontuação relativa ao preço, o que se espera é que a agência participante do certame apresente em sua proposta informações que evidenciem:

- a) **Quesito “a”:** Se vai conceder descontos sobre os custos internos, baseando-se na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de Goiás, **de 0 a 100% qual será o percentual de desconto a ser concedido?**
- b) **Quesito “b”:** Em relação à incidência de honorários sobre custos de serviços de terceiros, cuja *utilização* proporcione à agência desconto-padrão concedido por veículos de divulgação, **de 0 a 15%, quanto a agência pretende cobrar?**
- c) **Quesito “c”:** Em relação à incidência de honorários sobre custos de serviços de terceiros, cuja *utilização NÃO* proporcione à agência desconto-padrão concedido por veículos de divulgação, **de 0 a 15%, quanto a agência pretende cobrar?**

- d) Quesito “d”:** Considerando o desconto-padrão concedido pelos veículos de divulgação às agências, dos 20% aos quais a agência faz jus, **de 0 a 5 pontos percentuais, quanto pretende repassar ao cliente?**
- 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 “%”;
- 3) As notas serão calculadas com, no máximo, uma casa decimal, sem arredondamento.
- 12.2** 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 40 (quarenta) pontos.
- 12.3** Serão desclassificadas as licitantes que não atenderem às exigências do ato convocatório.
- 12.4** 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** A Comissão de Licitação adjudicará o objeto da licitação à proponente que obtiver a maior pontuação na Nota Final, calculada através da soma das Notas Técnicas e de Preço, salvo eliminação posterior na fase de habilitação, conforme a seguinte expressão:

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

- 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:
- Ideia Criativa.
 - Estratégia de Comunicação Publicitária
 - Estratégia de Mídia.
 - 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. DOS PRAZOS E DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

- 14.1** Da decisão que declarar o licitante vencedor caberão recursos fundamentados, dirigidos aos Interventores do SEBRAE/TO, por intermédio do Presidente e da Comissão de Licitação, por escrito, protocolados junto à Comissão Permanente de Licitação, no horário de funcionamento do SEBRAE/TO de 08h30 às 12h30 das 13h30 às 17h30 no prazo de dois dias úteis, contados da comunicação do ato.
- 14.2** Os recursos terão efeito suspensivo.
- 14.3** Os recursos serão julgados no prazo de dez dias úteis, contados da data final para sua interposição, pelos Interventores do SEBRAE/TO ou por quem este delegar competência. A divulgação do julgamento se dará por intermédio da Internet no endereço eletrônico do

SEBRAE www.sebrae.com.br/tocantins

- 14.4** O provimento de recursos pela autoridade competente importará na invalidação apenas dos atos insuscetíveis de aproveitamento.
- 14.5** O licitante que puder vir a ter a sua situação efetivamente prejudicada em razão de recurso interpostos poderá sobre ele se manifestar no mesmo prazo recursal, que correrá da comunicação da interposição de recurso no site www.sebrae.com.br/tocantins.

15. DA FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO DOS SERVIÇOS

- 15.1** O gerenciamento e a fiscalização dos serviços caberão à Unidade de Marketing e Comunicação do SEBRAE/TO.
- 15.2** 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 co-responsabilidade do SEBRAE/TO.

16. CRITÉRIOS DE CONTRATAÇÃO E DE ASSINATURA DO CONTRATO

- 16.1** A licitante vencedora deverá comparecer ao SEBRAE/TO, no prazo máximo definido pela área demandante dos serviços, contados da sua convocação, para a assinatura do contrato.
- 16.2** O não comparecimento da licitante vencedora para a assinatura do contrato no prazo estabelecido no subitem **16.1** implicará a aplicação da penalidade prevista no subitem **19.1**.

17. DO PAGAMENTO

- 17.1** O Sebrae/TO pagará à Contratada pelos serviços prestados, conforme o resultado obtido na licitação, os seguintes valores:
- a) Desconto em percentual sobre os custos internos, baseados na tabela referencial de custos em real do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Tocantins - SINAPRO/TO: _____ %(_____ por cento).
- b) Honorário em percentual incidente sobre custos dos serviços e suprimentos externos orçados junto a fornecedores especializados, selecionados pela Agência ou indicados pelo SEBRAE/TO: _____ %(_____ por cento).
- 17.2** Os pagamentos serão efetuados pelo SEBRAE/TO em até 10 (dez) dias úteis, mediante apresentação de nota fiscal, acompanhada dos documentos de regularidade fiscal atualizados (certidões do INSS, FGTS e Conjunta- Receita Federal), conforme o cronograma de pagamentos do Sebrae/TO e apresentação dos seguintes documentos:

17.2.1 Serviços internos da Agência:

17.2.1.1 Nota Fiscal de Prestação de Serviços emitida pela CONTRATADA, com referência ao número do processo, devidamente atestada;

17.2.2 Serviços de terceiros:

17.2.2.1 Nota Fiscal de Prestação de Serviços emitida pela empresa subcontratada contra o SEBRAE/TO, com referência ao número do processo, devidamente atestada;

17.2.3 Serviços de veiculação:

17.2.3.1 Nota Fiscal de Prestação de Serviços emitida pela empresa subcontratada CONTRATADA, com referência ao número do processo, devidamente atestada;

Parágrafo Primeiro - Serão suspensos os pagamentos se:

- I. Não forem executados de acordo com o proposto, aceito e contratado;
- II. As notas fiscais/faturas contiverem incorreções. Neste caso elas serão devolvidas acompanhadas dos motivos de sua rejeição, contando-se, então, o prazo para pagamento a partir da reapresentação, sem qualquer tipo de reajuste.

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

Parágrafo Terceiro - 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.

17.3 Não haverá reajuste de preços de serviços da Contratada, em face da peculiaridade do pagamento 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 do Tocantins - SINAPRO/TO.

17.4 Caso a Pessoa Jurídica prestadora dos serviços objeto desta licitação seja estabelecida fora do Município de Palmas/TO deverá emitir uma Nota Fiscal específica para os serviços que forem prestados no referido Município, tendo em vista a obrigatoriedade de a mesma fazer o CNES - Cadastro Simplificado de Contribuintes Não Estabelecidos, bem como a emissão do RANFS - Registro Auxiliar de Nota Fiscal de Serviço, conforme previsto nos artigos 31, 32, 33 e 51 do Decreto Municipal n.º 797, de 1º de julho de 2014.

18. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

18.1 A despesa com o objeto desta Concorrência onerarão verba própria do SEBRAE/TO consignada em seu orçamento através de rateio de custos entre as áreas demandantes.

18.2 Em ocorrendo alteração e ou prorrogação do Contrato, conforme previsão contida na Cláusula Terceira deste instrumento, o SEBRAE/TO consignará em seu orçamento, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

19. DAS PENALIDADES

19.1 As penalidades estão constantes na Cláusula Décima – Das Sanções Administrativas da Minuta do Contrato - Anexo VI.

20. DISPOSIÇÕES FINAIS

-
- 20.1** A simples participação na presente licitação evidencia ter a licitante, que se candidata, 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. Decairá desse direito perante o SEBRAE/TO, o interessado que não o fizer até **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.
- 20.5** As respostas às impugnações serão divulgadas na internet no site do SEBRAE/TO, endereço eletrônico www.sebrae.com.br/tocantins.
- 20.6** 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, **enviar questionamento, até 3 (três) dias úteis** antes da data marcada para recebimento dos envelopes.
- 20.7** 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.
- 20.8** Na contagem dos prazos estabelecidos nos itens 20.4 e 20.5, excluir-se-á o dia do recebimento dos envelopes;
- 20.9** O horário de funcionamento do SEBRAE/TO é das 8h às 12h e das 14h às 18h.
- 20.10** Após a fase de julgamento das propostas, não cabe desistência, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pelo Presidente da Comissão de Licitação.
- 20.11** Fica assegurado ao SEBRAE/TO o direito de transferir 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.
- 20.12** 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.
- 20.13** O foro de Palmas – Tocantins será o competente para dirimir as questões oriundas

desta licitação e da relação jurídica dela decorrente.

20.14 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.

20.15 São partes integrantes deste edital os seguintes anexos:

- a) Anexo I – Briefing**
- b) Anexo II – Declaração 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**

Palmas – TO, 03 de setembro de 2015.

Odeane Milhomem de Aquino
Presidente da Comissão Permanente de Licitação

ANEXO I
CONCORRÊNCIA N.º 004/2015
BRIEFING

O Sebrae

O SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) é um serviço social autônomo, parte integrante do Sistema S que objetiva auxiliar o desenvolvimento de micro e pequenas empresas, estimulando o empreendedorismo no país.

O Sebrae é uma entidade privada sem fins lucrativos criada em 1972 com a missão de promover a competitividade e o desenvolvimento das micro e pequenas empresas e fomentar o empreendedorismo. Atua também com foco no processo de formalização da economia por meio de parcerias com os setores público e privado, programas de capacitação, feiras e rodadas de negócios.

Oferece cursos e palestras, consultorias, orientação sobre gestão. Ajuda a empresa a se aproximar de parceiros e clientes. E a tornar os negócios mais competitivos e lucrativos. Mantém um contato permanente com as micro 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.

De forma simples, podemos dizer que o Sebrae atende ao seu público com a oferta dos seguintes tipos de serviços:

1. Capacitação;
2. Consultoria;
3. Orientação técnica;
4. Feiras, palestras, seminários e missões;
5. Promoção e acesso a mercado;
6. Acesso a serviços financeiros.

O Sebrae está presente nos 139 municípios do estado do Tocantins, com dez unidades operacionais nas seguintes cidades: Palmas (Centro e Taquaralto), Paraíso do Tocantins, Porto Nacional, Dianópolis, Gurupi, Guaraí, Colinas do Tocantins, Araguaína e Araguatins. São mais 95 Salas do Empreendedor em parceria com as prefeituras dos municípios.

Cenário e Problema Geral de Comunicação

O marketing institucional tem assumido cada dia mais uma função que vai além da propaganda. A complexidade do quadro é maior e requer, portanto, avaliações precisas, estratégias amplas, abordagens multidisciplinares, pesquisas mais elaboradas e aprofundadas, ou seja, uma série de ações que devem, obrigatoriamente, alinhar as atividades operacionais com a comunicação de maneira mais eficiente, otimizando recursos e esforços.

Um bom trabalho de marketing por essência não é gastador, mas poupadão. Ele procura entender corretamente onde alocar as verbas, o que fazer e como fazer, ajustando-se continuamente à dinâmica da atuação corporativa. Não é apenas maior aporte orçamentário que garante maior visibilidade para a instituição, mas o planejamento de como gastar melhor os recursos disponíveis. O marketing de instituições públicas está mais próximo da discussão social, levada às últimas consequências, do debate, do contraditório. Saímos de um marketing muito festivo para um mais centrado, com cada vez menos espaço para fabricação de fatos, para o diversionismo publicitário e disfarce do debate. Daí a necessidade do conhecimento mais amplo de outras áreas da ação corporativa, além da propaganda, publicidade e comunicação, como elementos fundamentais à estratégia.

Outro aspecto a se destacar é que a TV e o Rádio continuam com sua importância, mas perdem muito se não forem integradas, de forma estratégica, com os demais meios, notadamente as novas mídias como internet e redes sociais, e sobretudo com as atividades de interação, de visibilidade concreta, de envolvimento dos colaboradores da organização e da importância do contato direto com o cidadão.

A internet veio para mudar essa forma de fazer comunicação. Ela ainda não concorre, em importância, com a TV e o rádio, mas já incorpora todos estes meios, tendo relevante participação na comunicação institucional. Isto está ocorrendo muito rapidamente e já provocou uma mudança radical na forma de fazer campanhas publicitárias, que precisa ser observada pelo Sebrae Tocantins na definição de sua política integrada de comunicação.

Assim como a Web, a comunicação interna e o endomarketing também assumem papel relevante na concepção abrangente da comunicação institucional integrada. O envolvimento do funcionalismo é fundamental para o sucesso da comunicação, e assim os veículos internos assumem patamar estratégico, para se buscar dentro da instituição a força positiva de construção da imagem pretendida, com participação todos, de técnicos e concursados aos contratados, consultores e terceirizados. Todos comprometidos na unidade de atuação, operação e comunicação do Sebrae Tocantins no caminho da excelência de atendimento e reconhecimento social.

Cenário e Problema Específico de Comunicação

A agenda do Sebrae Tocantins para os próximos anos aponta para um adensamento dos eventos com grande potencial de repercussão, tanto nas Diretorias Executiva e Operacional como nas Gerências e suas Unidades. Serão lançados novos programas, com continuidade e intensificação dos já existentes, anunciadas mudanças de procedimento e, principalmente, apresentados os principais resultados de um projeto amplo e articulado que vem sendo gestado desde o final do ano passado.

Existe todo um trabalho de inteligência e planejamento a ser feito no Sebrae Tocantins, não somente de comunicação de massa - de rádio, imprensa e TV -, mas, sobretudo, de estratégia operacional. Um trabalho de planejamento de ações operacionais e administrativas integradas ao conceito geral da comunicação.

A direção do Sebrae Tocantins expressa que, do seu ponto de vista, a importância da assimilação pela opinião pública desse conjunto de acontecimentos vai muito além da obtenção de reconhecimento. O que se quer é uma comunicação que facilite ao público compreender e avaliar os objetivos, conceitos e significados das diversas iniciativas dessa Instituição, fazendo com que eles reconheçam a importância do Sebrae como principal parceiro dos empreendedores, e micro, pequenos e médios empresários de Tocantins, e a importância disso para toda a sociedade.

Considera-se que o valor que venha a ser atribuído pela sociedade ao trabalho realizado pelo Sebrae Tocantins é 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.

Com base na experiência dos anos anteriores, a equipe do Sebrae tem clareza de que o seu universo temático confere particular relevo e grau de exigência à comunicação. Os processos gerenciados se dão em áreas diversificadas e sensíveis, com frequente necessidade de compatibilizar diferenças de visões de públicos influentes, como empresários, novos empreendedores, instituições parceiras, entidades e associações, imprensa e políticos, de todas as regiões do Estado.

Junto a essas características, o estágio de maturação dos programas da atual gestão e o novo cenário econômico brasileiro e mundial amplia ainda mais a necessidade de uma criteriosa estratégia de comunicação para a entidade, mais racional e focada, que projete uma imagem institucional mais ampla possível, com destaque para os elementos parceria e participação em promoção e aperfeiçoamento empresariais.

Comunicação Institucional e Posicionamento

Ao longo dos anos, observamos que o atendimento às demandas por serviços publicitários no Sebrae Tocantins tem uma certa dispersão de ações, que acarretam dispêndios não otimizados, e sobretudo não projetam uma visibilidade proporcional aos recursos aplicados.

A fragilidade na unidade de comunicação corporativa é uma grande vulnerabilidade, pois impede a existência de uma agenda que seja sinérgica em relação ao posicionamento institucional pretendido.

Acabamos por ficar à mercê das necessidades pontuais e da pressão interna de cada nível da gestão, sem a devida integração. Por isso a comunicação precisa estar integrada ao campo operacional, o que se dá através de um planejamento de comunicação que crie rotinas e procedimentos que possam otimizar os recursos aplicados.

O planejamento de comunicação estabelece foco e direcionamento em função deste posicionamento, com critérios que, além de representar ganhos de comunicação, racionalizam a aplicação de recursos, permitindo fazer mais, evitando desperdício.

O que se pretende é uma Campanha Institucional que reflita esse pensamento integrado e planejado da comunicação, levando em consideração todas as atividades do Sebrae Tocantins. Essa campanha irá estabelecer a imagem a ser assumida pela comunicação organizacional em todas as suas ações, e indicará 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.

Com essa integração entre comunicação e estratégia operacional, conseguiremos definir a mensagem - e respectivo conteúdo - que se pretende passar de forma a atingir os objetivos pretendidos; a quais *stakeholders* (colaboradores, clientes, fornecedores, conselho/investidores, financiadores, media, público em geral) se pretende chegar com a mensagem; a abordagem sistematizada do emissor da mensagem e quais deverão ser os suportes e canais de comunicação para transmiti-la eficazmente; e de que forma será avaliada a eficácia da mensagem e a sua adequada recepção.

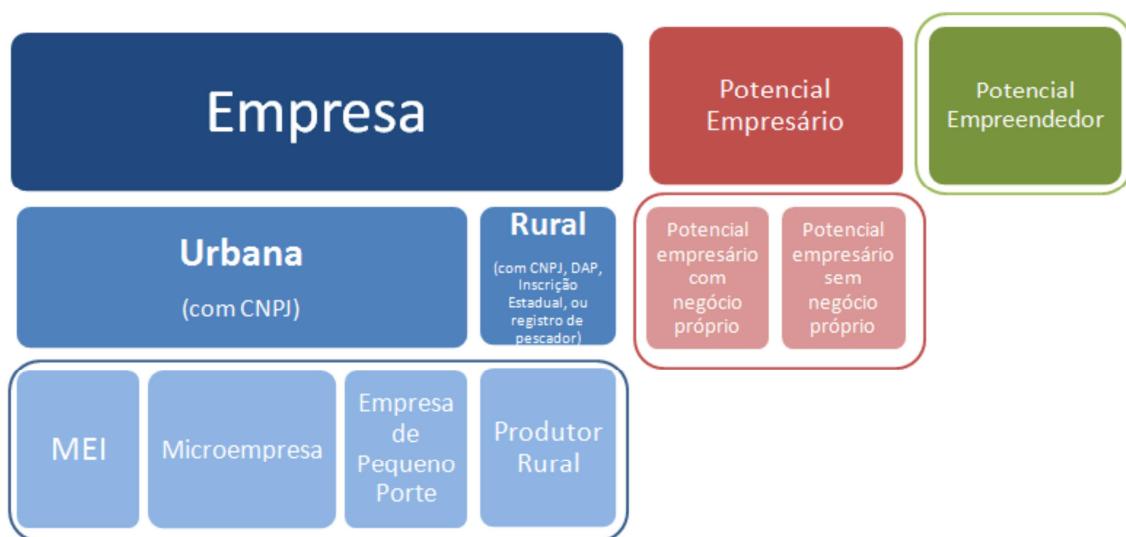
O que buscamos é que essa Campanha Institucional crie um estreitamento da relação entre Sebrae Tocantins e comunidade, e que seja capaz de demonstrar a importância de todas as atividades da instituição para a economia do estado, e mais especificamente para o empresariado. Obviamente que esse tipo de campanha também deve ter um caráter promocional, que serve para alavancar e despertar interesse dos consumidores para os diversos serviços ofertados pelo Sebrae no Tocantins, e sua importância para o empresariado local como centro de aperfeiçoamento e desenvolvimento, atividade mais fundamental do Sebrae.

Público-alvo

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: empresas, potenciais empresários e potenciais empreendedores.



Em seguida, apresenta-se a definição de cada um dos segmentos:

- **Microempreendedor individual** - O microempreendedor individual é o empresário que fatura anualmente até R\$ 60.000 (sessenta mil reais); é optante pelo Simples Nacional e não tem participação em outra empresa como sócio ou titular; possui no máximo um único empregado que recebe um salário mínimo ou o piso salarial da categoria profissional;
- **Microempresa** - São empresas de origem brasileira, que possuam natureza jurídica compatível com as atividades mercantis, que faturem anualmente valor menor ou igual a R\$ 360.000 (trezentos e sessenta mil reais). O valor teto de faturamento tem como base os valores estipulados para adesão ao Simples Nacional (regime de tributação simplificado).
- **Empresa de Pequeno Porte** - São empresas de origem brasileira, que possuam natureza jurídica compatível com as atividades mercantis, que faturem anualmente mais de R\$ 360.000 (trezentos e sessenta mil reais) e não mais de R\$ 3.600.000 (três milhões e seiscentos mil reais). O valor teto de faturamento tem como base os valores estipulados para adesão ao Simples Nacional (regime de tributação simplificado).
- **Produtor Rural** - Para fins de atendimento do Sebrae, são considerados produtores rurais as pessoas físicas que explorem atividades agrícolas e/ou pecuárias, nas quais não sejam alteradas a composição e as características do produto *in natura*, que faturem até R\$ 3.600.000 (três milhões e seiscentos mil reais) por ano e que possuam inscrição estadual de produtor. Somam-se a esse grupo os pescadores com registro no Ministério da Pesca e Aquicultura.
- **Potencial Empresário** - São considerados potenciais empresários os indivíduos adultos (com mais de 18 anos), que possuem negócio próprio, mas sem registro no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) ou inscrição estadual (no caso do produtor rural); e os indivíduos adultos que ainda não possuem negócio próprio, mas que estão ativamente envolvidos na sua estruturação.
- **Potencial Empreendedor** - Indivíduo que não tem negócio próprio e não está envolvido na estruturação de um negócio e para o qual o Sebrae busca promover a educação e a cultura empreendedora.

Esses seriam os públicos prioritários, mas como em solicitamos uma Campanha Institucional, precisamos atingir a sociedade como um todo, melhorando sua percepção sobre a importância do Sebrae para o desenvolvimento do Tocantins.

Dessa forma tão importante quanto atingir os usuários dos serviços do Sebrae, estimulando sua

compreensão da instituição como principal parceira para o crescimento empresarial, temos que elevar a imagem do Sebrae junto ao público em geral, como protagonista no desenvolvimento econômico do Tocantins, demonstrando sua amplitude de atividades e o alcance que ela possam ter para o cotidiano de cada empresário, de cada empreendedor, mas também de cada cidadão.

Outras informações

O Sebrae Tocantins possui ainda o Portal Sebrae, além da Central de Relacionamento (0800 570 0800), e está também nas redes sociais, Facebook, Twitter, e Youtube, esses canais são mais uma forma de atendimento e relacionamento direto com os nossos públicos.

Objetivo Geral

Considerando os cenários e conceitos expostos, o objetivo geral da campanha é ampliar a imagem do Sebrae Tocantins como parceiro fundamental para os empresários locais e toda a economia do estado do Tocantins, tendo papel protagonista na promoção e no sucesso dos micro, pequenos e médios produtores, empreendedores e empresários

Objetivo específico

O Sebrae Tocantins deve ser percebido como aliado no crescimento da cultura empreendedora, como instituição voltada para a promoção de negócios e produtos e o treinamento empresarial, que atua de diferentes formas no suporte ao pequeno e médio empresário, colaborando consistentemente para o crescimento do estado do Tocantins.

Tendo o Sebrae como esse agente de desenvolvimento em todo o estado do Tocantins e em todas as suas regiões, o empresário deve estar ciente do que o Sebrae pode fazer por ele e para o seu negócio, tanto no aspecto de parceiro em eventos e feiras importantes, como em sua amplo leque de serviços de treinamento e consultoria em aperfeiçoamento profissional e empresarial.

Estruturação do projeto de comunicação

O projeto de comunicação deve ser estruturado e apresentado segundo critérios estabelecidos no edital de licitação e pelo briefing, a saber: a) Norteamento da campanha: explicar desde o raciocínio básico até a elaboração das estratégias; 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) Ideia criativa: apresentar a ideia criativa, contendo todas as peças; e) Assinatura da Campanha: a campanha deverá ser assinada com a logomarca do SEBRAE; f) Verba disponível: R\$ 550.000,00 (quinhentos e cinquenta mil reais).

ANEXO II
CONCORRÊNCIA N.º 004/2015
DECLARAÇÃO DE FORNECEDOR

[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 inexiste 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 004/2015
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, S.A, 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 004/2015
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 004/2015, 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 do Estado 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.

d) Declaramos também que, na vigência do contrato, do Desconto-Padrão de Agência a que fazemos jus, à base de um percentual bruto de 20% (vinte por cento) dos preços de tabela ou dos preços negociados para veiculação, a ser concedido pelos veículos de divulgação, repassaremos ao Sebrae/TO, sob forma de desconto, () pontos percentuais e permaneceremos com os restantes _____ () pontos percentuais.

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

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.

b) 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, faremos 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 do Tocantins 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)** Negociaremos 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 em Rondônia.
- b)** Faremos 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)** Garantiremos a transferência, ao Sebrae do Tocantins, de toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços e/ou condições de pagamento junto a veículos e a fornecedores.

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: _____ Tel/Fax: _____ CEP: _____

____ Cidade: ____ UF: ____

Banco: _____ Agência: _____ nºc/c: _____

Dados do representante legal da empresa para assinatura do contrato:

Nome: _____

Endereço: _____ CEP: _____ Cidade: _____ UF: _____

CPF/MF: _____ Cargo/Função: _____

Carteira de Identidade nº: _____ Expedido por: _____

Naturalidade: _____ Nacionalidade: _____

Local e Data. _____ assinatura

(Local), de 2015.

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

ANEXO V
CONCORRÊNCIA N.º 004/2015
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 N.º 004/2015
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 Técnico, doravante denominada simplesmente CONTRATANTE;

II – CONTRATADA

Resolvem, tendo em vista o resultado da licitação promovida pela **Concorrência nº 004/2015**, celebrar o presente contrato para prestação de serviços de marketing e vendas, sob demanda, em conformidade com o Regulamento de Licitações e Contratos do Sistema SEBRAE, Resolução CDN 213/2011 e os Artigos 42 a 45 da Lei Complementar nº 123/2006 e diplomas legais, mediante as cláusulas e constantes neste instrumento.

CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO

Contratação de serviços de publicidade e propaganda a serem prestados, sob demanda, por 01 (uma) agência de publicidade e propaganda ao Sebrae/TO, 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)** Planejamento e execução de pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação ou sobre os resultados das ações realizadas;
- f)** Execução do Plano de Comunicação Publicitária, incluindo orçamento e realização das peças publicitárias (produção) nas mais diversas mídias e a compra, distribuição e controle da publicidade nos veículos contratados (execução de Mídia).
- g)** Planejamento e execução do desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação social publicitária, em consonância, com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

Parágrafo Único – 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.

1.1 O valor estimado para a contratação é de R\$ 3.200.000,00 (três milhões e duzentos mil reais).

- 1.1.1** O **SEBRAE/TO** se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade da verba estimada, bem como suplementá-la, em caso de necessidade.
- 1.1.2** Esse valor poderá ser revisto nos casos de alteração na política econômica e/ou de revisão no orçamento do **SEBRAE/TO**.
- 1.1.3** 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.

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.

Parágrafo Único - O instrumento que regulará as alterações e ou prorrogações contratuais será o “Termo Aditivo”.

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\$ 3.200,000 (três milhões e duzentos 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** Em ocorrendo alteração e ou prorrogação do Contrato, conforme previsão contida na Cláusula Sexta deste instrumento, o SEBRAE/TO consignará em seu orçamento, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.
- 4.5** 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

- I.** Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.
- II.** 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.
- III.** Centralizar na Unidade de Marketing e Comunicação - UMC a gestão da publicidade do SEBRAE/TO, consequentemente, todo material a ser produzido pela CONTRATADA deverá ser submetido à análise prévia da UMC. 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.
- IV.** Utilizar, além de outros, caso necessário, 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.
- V.** 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.
- VI.** 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.
- VII.** 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.
- VIII.** 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 pelo veículo de divulgação.
- IX.** 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.
- X.** 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.
- XI.** Se não houver possibilidade de obter 03 (três) propostas, a CONTRATADA deve apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.
- XII.** Os serviços de terceiros deverão ser contratados com empresas devidamente regulares, devendo ser apresentadas no ato da contratação:
 - ✓ Prova de regularidade relativa à Seguridade Social (**CND/INSS**).
 - ✓ Prova de regularidade relativa ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (**CRF/FGTS**).
 - ✓ Prova de regularidade para com a **Receita Federal do Brasil e Procuradoria Geral da Fazenda Nacional** (Certidão Conjunta).

-
- XIII.** Os orçamentos deverão ser entregues no prazo máximo de 02 (dois) dias úteis, contados da data do recebimento da demanda.
 - XIV.** Obter a aprovação prévia do CONTRATANTE, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este Contrato.
 - XV.** Nesses casos, a CONTRATADA permanece com todas as suas responsabilidades contratuais perante o CONTRATANTE.
 - XVI.** 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.
 - XVII.** Acompanhar e fiscalizar, junto aos veículos de comunicação; o cumprimento da veiculação publicitária que lhe for incumbida pelo Sebrae/TO com uso, se necessário, de instrumentos de monitoramento, verificadores de circulação ou audiência que se prestem a este fim;
 - XVIII.** Sempre que necessário a contratada deverá apresentar a comprovação de veiculação dos serviços enviados pela contratante.
 - XIX.** No caso de necessidade de segunda tiragem, o CONTRATANTE poderá, a seu critério, optar pela contratação junto a terceiros, sob sua própria orientação, observada a legislação pertinente.
 - XX.** 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.
 - XXI.** Só divulgar informações que envolvam o nome do CONTRATANTE, acerca da prestação dos serviços objeto deste Contrato, mediante sua prévia e expressa autorização.
 - XXII.** Prestar esclarecimentos ao CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.
 - XXIII.** Submeter previamente à apreciação do CONTRATANTE a cessão ou a utilização deste Contrato em qualquer operação financeira.
 - XXIV.** Manter, durante a execução do Contrato, todas as condições de habilitação exigidas na licitação.
 - XXV.** 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.
 - XXVI.** Cumprir a legislação trabalhista com relação a seus funcionários e, quando for o caso, com relação a funcionários de terceiros contratados.
 - XXVII.** 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.
 - XXVIII.** 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.
 - XXIX.** Apresentar, quando solicitado pelo CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.
 - XXX.** 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.
 - XXXI.** 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.
 - XXXII.** 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.

-
- XXXIII.** 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.
- XXXIV.** 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.
- XXXV.** 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.
- XXXVI.** 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.
- XXXVII.** 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;
- XXXVIII.** Celebrar termo de cessão de uso nos serviços que envolvam direitos autorais patrimoniais de terceiros, estabelecendo o objeto e a modalidade de cessão.
- XXXIX.** 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.
- XL.** 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.
- XLI.** 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;
- XLII.** Assessorar a Unidade de Marketing e Comunicação (UMC) do SEBRAE/TO em todas as áreas de sua atividade, sempre que solicitada;
- XLIII.** 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 e programação de mídia.
- XLIV.** Solicitações e entendimentos orais feitos diretamente à CONTRATADA devem ser informados imediatamente à Unidade de Marketing e Comunicação (UMC) para que esta tome devidas providências de formalização da demanda.
- XLV.** Entregar trimestralmente, ou quando solicitado, e ainda ao fim do contrato, cópias em CD ou DVD de todas as peças publicitárias produzidas para o Sebrae/TO, bem como as artes abertas das mesmas.
- XLVI.** Todas as criações desenvolvidas serão de propriedade exclusiva do Sebrae/TO, tendo ele total direito sobre elas.

CLÁUSULA SEXTA – DAS OBRIGAÇÕES DA SEBRAE/TO

- I.** Designar empregado para acompanhar com a CONTRATADA, as fases de desenvolvimento e execução de serviços demandados via Formulário de Solicitação de serviços de marketing e comunicação.

-
- II.** Comunicar à CONTRATADA, por Solicitação de serviços de marketing e comunicação, toda e qualquer orientação acerca dos serviços demandados e fornecer esta todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços publicitários.
 - III.** Proporcionar condições para a boa execução dos serviços.
 - IV.** Notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste Contrato.
 - V.** Notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.
 - VI.** Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA, após conclusão e/ou cancelamento de serviços previamente aprovados.

CLÁUSULA SÉTIMA – FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

- 7.1** A Unidade de Marketing e Comunicação do SEBRAE/TO será a responsável pela fiscalização dos serviços, objeto do contrato, sem prejuízo da responsabilidade da CONTRATADA, ainda, avaliará a qualidade dos mesmos, podendo rejeitá-los em parte ou no todo, com exposição de motivos.
- 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:

- c)** Desconto em percentual sobre os custos internos, baseados na tabela referencial de custos em real do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Tocantins - SINAPRO/TO: _____ %(_____ por cento).
- d)** Honorário em percentual incidente sobre custos dos serviços e suprimentos externos orçados junto a fornecedores especializados, selecionados pela Agência ou indicados pelo SEBRAE/TO: _____ %(_____ por cento).

- 8.2** Os pagamentos serão efetuados pelo SEBRAE/TO em até 10 (dez) dias úteis, mediante apresentação de nota fiscal, acompanhada dos documentos de regularidade fiscal atualizados (certidões do INSS, FGTS e Conjunta- Receita Federal), conforme o cronograma de pagamentos do Sebrae/TO e apresentação dos seguintes documentos:

- 8.2.1** Serviços internos da Agência:

- 8.2.1.1** Nota Fiscal de Prestação de Serviços emitida pela CONTRATADA, com referência ao número do processo, devidamente atestada;

- 8.2.2** Serviços de terceiros:

- 8.2.2.1** Nota Fiscal de Prestação de Serviços emitida pela empresa subcontratada contra o SEBRAE/TO, com referência ao número do processo, devidamente atestada;

8.2.3 Serviços de veiculação:

8.2.3.1 Nota Fiscal de Prestação de Serviços emitida pela empresa subcontratada CONTRATADA, com referência ao número do processo, devidamente atestada;

Parágrafo Primeiro - Serão suspensos os pagamentos se:

- III. Não forem executados de acordo com o proposto, aceito e contratado;
- IV. As notas fiscais/faturas contiverem incorreções. Neste caso elas serão devolvidas acompanhadas dos motivos de sua rejeição, contando-se, então, o prazo para pagamento a partir da reapresentação, sem qualquer tipo de reajuste.

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

Parágrafo Terceiro - 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.

8.3 Não haverá reajuste de preços de serviços da Contratada, em face da peculiaridade do pagamento 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 do Tocantins - SINAPRO/TO.

8.4 Caso a Pessoa Jurídica prestadora dos serviços objeto desta licitação seja estabelecida fora do Município de Palmas/TO deverá emitir uma Nota Fiscal específica para os serviços que forem prestados no referido Município, tendo em vista a obrigatoriedade de a mesma fazer o CNES - Cadastro Simplificado de Contribuintes Não Estabelecidos, bem como a emissão do **RANFS - Registro Auxiliar de Nota Fiscal de Serviço**, conforme previsto nos artigos 31, 32, 33 e 51 do Decreto Municipal n.º 797, de 1º de julho de 2014.

CLÁUSULA NONA – DOS DIREITOS AUTORAIS

9.1 A CONTRATADA cede ao SEBRAE/TO, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso das idéias (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 A inexecução total ou parcial injustificada, a execução deficiente, irregular ou inadequada dos serviços objeto deste Contrato, assim como o descumprimento dos prazos e condições estipulados, implicarão na aplicação das seguintes penalidades:

- I. Advertência;
- II. Multa de 10% (dez por cento) sobre o valor da verba estimada do Contrato, no caso de inexecução total;
- III. Multa de 1% (um por cento) sobre o valor da verba estimada do Contrato por dia, limitado a 10 (dez) dias, no caso de atraso na execução, não ultrapassando a 10% (dez por cento).
- IV. Rescisão unilateral do Contrato, na hipótese de ocorrer:
 - a) O previsto no inciso II.
 - b) A extração dos 10 (dez) dias previstos no inciso III, sem prejuízo do pagamento das respectivas multas.
 - c) O inadimplemento total ou parcial das obrigações contratuais assumidas.

-
- V. Pela rescisão do Contrato por iniciativa da CONTRATADA sem justa causa, 10% (dez por cento) sobre o valor total atualizado da verba estimada do Contrato, sem prejuízo do pagamento de outras multas que lhe tenham sido aplicadas e de responder por perdas e danos que a rescisão ocasionar ao SEBRAE/TO.
 - VI. Pela aplicação das penalidades acima, caberá, ainda, a critério do SEBRAE/TO, suspensão temporária do direito de contratar com o Sistema SEBRAE, por prazo de até 2 (dois) anos.

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

Parágrafo Segundo - Para a aplicação das penalidades aqui previstas, a CONTRATADA será notificada para apresentação de defesa prévia, no prazo de até 05 (cinco) dias úteis, contados a partir da notificação.

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

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DA RESCISÃO

11.1 Ficará o presente Contrato rescindido de pleno direito, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, em especial por:

- a) Descumprimento ou cumprimento irregular das cláusulas pactuadas, especificações ou prazos.
- b) Lentidão na execução que possa dar margem ao descumprimento de prazos.
- c) Paralisação da prestação dos serviços sem justa causa ou sem autorização do SEBRAE/TO.
- d) Subcontratação total ou parcial de seu objeto ou pela cessão ou transferência total ou parcial do objeto deste Contrato, exceto se permitida expressamente pelo do SEBRAE/TO;
- e) Reiteração de falhas na execução comprovadamente havidas.
- f) Desatendimento das determinações regulares do designado para acompanhar e fiscalizar a execução.
- g) Decretação de falência.
- h) Dissolução da sociedade.
- i) Alteração social ou modificação da finalidade ou da estrutura da CONTRATADA, que prejudique a execução do Contrato.

Parágrafo Primeiro - Em qualquer das hipóteses acima referidas, a CONTRATADA deverá reparar integralmente os prejuízos causados ao SEBRAE/TO, independentemente da aplicação das penalidades previstas neste instrumento.

Parágrafo Segundo - Ressalvados os casos de inadimplência que impliquem na rescisão contratual e na aplicação de penalidades, o Contrato poderá ser rescindido, ainda, por vontade das partes, mediante comunicação expressa com antecedência mínima de 30 (trinta) dias, desde que disso não resultem prejuízos ao SEBRAE/TO.

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.
 - 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.
 - 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 - DISPOSIÇÕES GERAIS.

- 13.1** 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.
- 13.2** As comunicações relativas ao presente contrato serão consideradas como regularmente feitas, se entregues ou enviadas por carta protocolada, por telegrama ou por e-mail.
- 13.3** **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 QUARTA – FORO

- 14.1** 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 2015.

Pelo **SEBRAE**:

MÁRCIA RODRIGUES DE PAULA
Diretora Superintendente

MARIA EMÍLIA M. PEDROZA JABER
Diretora Técnica

Pela **CONTRATADA**: _____

TESTEMUNHAS:

Nome: _____
CPF nº _____

Nome: _____
CPF nº _____