

CONCORRÊNCIA Nº 005/2013
Edital atualizado em 06 de janeiro de 2014.

1. DA CONVOCAÇÃO

O SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO ESTADO DE MATO GROSSO – SEBRAE/MT, através da Comissão Permanente de Licitação instituída através da Portaria n.º 01/2013, de 02/01/2013, no amparo dos com fundamento no Regulamento de Licitações e Contratos do Sistema SEBRAE (Resolução CDN n.º 213 de 18 de maio de 2011, publicada no DOU de 26 de maio de 2011), Lei Complementar n.º 123/2006, recepcionada no âmbito do Sistema SEBRAE pela Resolução CDN n.º 166 de 28 de fevereiro de 2008, Lei n.º 12.232/2010 e demais legislações pertinentes, torna público que promoverá **LICITAÇÃO SOB A MODALIDADE DE CONCORRÊNCIA, TIPO TÉCNICA E PREÇO, no dia 03 (três) de FEVEREIRO de 2014 às 14h00 (quatorze horas)**, com tolerância máxima de 15 (quinze) minutos, na sede do SEBRAE/MT, sito à Av. Rubens de Mendonça, nº 3.999, CPA, Cuiabá/MT, **para Contratação, sob demanda, de Pessoa Jurídica especializada em Serviços de Publicidade e Propaganda para atendimento ao Sebrae/MT.**

2 - DO OBJETO

2.1. Contratação, sob demanda, de empresas especializadas para a prestação de serviços profissionais de publicidade e propaganda, em todos os meios de comunicação, e de apoio às atividades de Comunicação e Marketing para o SEBRAE em Mato Grosso incluindo, dentre outros e conforme a necessidade, produção e acompanhamento de peças gráficas e eletrônicas; estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução, intermediação e supervisão da execução externa, distribuição e controle de veiculação de planos, projetos, programas e campanhas publicitárias institucionais e mercadológicas, para produtos, serviços e eventos do SEBRAE/MT, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral, dentre outros, a serem prestados por 02 (DUAS) Agências de Propaganda compreendendo:

- a. Aquisição de fotos de bancos de imagem;
- b. Assessoramento, apoio ao planejamento e execução de teleconferências e videoconferências e outras modalidades de eventos com transmissão via satélite e demais serviços destinados ao atendimento das necessidades de comunicação do SEBRAE/MT;
- c. Assessoramento, apoio ao planejamento, criação, elaboração e desenvolvimento de ações de endomarketing e comunicação interna;
- d. Assessoramento, apoio e execução de ações de promoção e patrocínio de eventos e de marketing;
- e. Assessoramento, apoio, criação e realização de campanhas publicitárias e de Educação via Rádio;
- f. Contratação de empresas especializadas em pesquisas qualitativas e/ou quantitativas pré e/ou pós campanha para identificar conhecimento da marca/produtos/serviços do SEBRAE/MT; lembrança / conhecimento, por parte do *target*, de campanhas do SEBRAE/MT veiculadas; entendimento da mensagem veiculada nas campanhas;

desenvolvimento de indicadores ou índices que permitam monitorar a efetividade das campanhas veiculadas;

g. Contratação de atores, modelos, músicos e outros personagens e artistas vinculados à campanha publicitária;

h. Controle das inserções publicitárias (mídias contratadas) deverá ser feito através de relatório mensal com comprovação das veiculações;

i. Criação de *naming* (nomes);

j. Criação de papelaria;

k. Criação de sites;

l. Criação de textos publicitários; redação publicitária, bem como revisão de texto, gramatical e ortográfica;

m. Criação e produção de Manuais de Identidades Visuais;

n. Criação e produção e/ou impressão de peças gráficas e eletrônicas e peças promocionais;

o. Criação e produção de projetos de feiras, estandes e eventos, que tenham como propósito promover a marca, as unidades operacionais, os programas, projetos, ações, atividades, bem como os produtos e serviços do Sebrae;

p. Criação e produção de projeto de comunicação visual e sinalização para veículos, feiras, estandes e eventos, tais como a concepção visual e elaboração de peças.

q. Criação, produção e veiculação de vídeos;

r. Criação, produção e veiculação de spots de áudios;

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

t. Editorial – criação, layout, finalização e produção/impressão de capas, projetos gráficos, editoração, finalização e produção/impressão de livros, cartilhas, cadernos, agendas, revistas, informativos, boletins, jornais, catálogos, portfólios, em meios impressos e/ou digitais, atendendo também as necessidades técnicas de criação e/ou adaptação para as novas mídias, como os aplicativos para *smartphones* e *tablets*;

u. Elaboração e desenvolvimento de marcas, expressões de propaganda, logotipos, símbolos, ilustrações, estampas e outros elementos de programação e identidade visual, bem como suporte no registro de sua propriedade pelo SEBRAE/MT;

v. Elaboração e desenvolvimento de plano estratégico e tático de mídia, incluindo pesquisa, levantamento e estudo do *target* (público-alvo), análise de concorrência, estudo, definição e negociação de verba para contratação dos meios de publicidade e plano de mídia/divulgação;

- w. Elaboração, planejamento e desenvolvimento de campanhas publicitárias;
- x. Planejamento, produção, seleção, curadoria e tratamento de fotos publicitárias para todas as finalidades de comunicação institucional, comercial e mercadológica do Sebrae/MT;
- y. Estudo do conceito, identificação e análise de ideias, marcas, produtos ou serviços a difundir, incluindo a identificação e análise de suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas aos seus públicos e, quando for o caso, ao seu mercado e à sua concorrência;
- z. Criação, produção e finalização de ilustração de editorial, com personagem, cartaz, selo, vinheta, infográfico (inclui mapa e diagrama) e outras formas inovadoras para essa finalidade;
- aa. Planejamento, concepção, criação de mensagens e peças para comunicação digital: para websites, telefonia móvel (*smartphones* e *tablets*), e-mail marketing, redes sociais, dentre outras, e posterior desenvolvimento, realização, produção e implementação do material aprovado;
- bb. Planejamento, criação, desenvolvimento e execução de formas inovadoras de comunicação social publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias;
- cc. Definir estudo, conceitos, estratégias e táticas de *branding* (gestão de marca) para que todas as soluções de comunicação publicitária garantam que as marcas do Sebrae e de seus produtos e serviços tenham uma forma única e coerente de se expressar, buscando o encontro ou reencontro da instituição com sua motivação original, sua alma, sua singularidade.

2.1.1 Os prazos para execução dos serviços provenientes desta licitação serão:

NÚMERO	PRODUTO	PRAZO
1.	Criação e apresentação de campanhas publicitárias com pelo menos duas propostas criativas	Até 4 dias úteis
2.	Finalização e entrega de campanhas publicitárias	Até 3 dias úteis
3.	Criação de mídia eletrônica (spots, vts e outros) com duração de até 60 segundos.	Até 2 dias úteis
4.	Produção de mídia eletrônica (spots, vts e outros) com duração até 60 segundos.	Até 2 dias úteis
5.	Criação de roteiro para mídia eletrônica (spots, vts e outros) com duração acima de 60 segundos.	Até 4 dias úteis
6.	Produção de mídia eletrônica (spots, vts e outros) com duração acima de 60 segundos.	Até 3 dias úteis
7.	Criação gráfica simples	Até 2 dias úteis
8.	Criação gráfica complexa	Até 8 dias úteis
9.	Impressão gráfica simples	Até 3 dias úteis
10.	Impressão gráfica complexa	Até 8 dias úteis
11.	Diagramação, editoração e finalização gráfica e eletrônica simples	Até 5 dias úteis

12.	Diagramação e editoração e finalização gráfica e eletrônica complexa	Até 10 dias úteis
13.	Criação de <i>naming</i> , marcas, expressões de propaganda, logotipos, símbolos, ilustrações, estampas e outros elementos de programação e identidade visual	Até 6 dias úteis
14.	Elaboração de pareceres técnicos de mídias	Até 02 dias úteis
15.	Elaboração de relatórios técnicos de campanhas e projetos de comunicação, em formato de apresentação	Até 03 dias úteis

I.A criação deverá, quando necessário, contemplar o projeto gráfico.

II.A definição das peças simples e complexas caberá ao SEBRAE/MT

III.Os prazos acima serão contados a partir da data de solicitação e do briefing encaminhados pela Unidade de Marketing e Comunicação à licitante. A ampliação do prazo de entrega, quando necessária, será discutida e aprovada pela Unidade de Marketing e Comunicação do SEBRAE/MT.

IV.O atendimento presencial ao SEBRAE/MT deverá ser imediato (em até 120 minutos) após a solicitação dos serviços, e os prazos para realização dos mesmos deverão seguir orientações do SEBRAE/MT.

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

2.2. O valor global estimado para gastos com os serviços objeto da presente concorrência é de R\$ 4.000.000,00 (quatro milhões de reais), SOB DEMANDA, para um período de 12 (doze) meses.

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

2.2.2. A estimativa de R\$4.000.000,00 (quatro milhões de reais) constitui-se em mera previsão dimensionada, não estando o SEBRAE/MT obrigado a realizá-la em sua totalidade, e não cabendo às Contratadas o direito de pleitear qualquer tipo de reparação.

2.3. A execução dos serviços de que tratam os itens acima, ainda que venham a constar do contrato a ser firmado com a licitante vencedora, constitui mera expectativa, podendo o SEBRAE/MT contratá-los com outras empresas especializadas quando se apresentarem mais vantajosas, não cabendo à licitante, nestes casos, direito de exclusividade ou a qualquer reclamação.

2.4. Sendo as contratadas chamadas a prestar esses serviços, deverá apresentar proposta de preços, que ficará sujeita à aprovação do SEBRAE/MT. Será verificada a sua compatibilidade com os preços de mercado, sendo a remuneração devida de conformidade com a proposta aprovada. No caso de serviços de terceiros, as contratadas deverão apresentar sempre três orçamentos para aprovação final do SEBRAE/MT;

2.5. O SEBRAE/MT reserva-se o direito de solicitar orçamentos de serviços, diretamente de terceiros, a serem utilizados nas ações de comunicação e marketing previstas, desde que entenda que os valores apresentados pelas empresas contratadas não estejam dentro dos

praticados pelo mercado.

2.6. Durante a vigência total do contrato, o SEBRAE/MT se comprometerá a executar pelo menos 30% do seu orçamento de divulgação total do mesmo período com cada uma das duas agências licitadas, ficando os 40% restantes a serem disputados pelas Agências de modo a garantir um melhor atendimento das demandas de comunicação do SEBRAE/MT.

3 - DAS CONDIÇÕES GERAIS DE PARTICIPAÇÃO

3.1. Somente poderão participar deste certame as licitantes legalmente constituídas no Brasil que atenderem a todas as condições de habilitação estabelecidas no item 6 deste Edital e que estiverem operando nos termos da Lei nº 4.680, de 18.06.65 e do Decreto nº 57.690, de 01.02.66.

3.1.1. Para se manifestar nas fases do procedimento licitatório, as participantes poderão credenciar um representante, por instrumento público de procuração ou por procuração particular, esta com reconhecimento de firma, dispensada a exigência quando presente o representante legal da mesma, assim comprovado mediante apresentação do instrumento constitutivo e suas alterações ou do instrumento consolidado, na forma do item 5.2 deste Edital.

3.1.2. O representante da empresa deverá identificar-se com a apresentação de cópia autenticada do documento de identidade que fica arquivado no processo.

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

3.3. Não poderão participar desta licitação empresas que estejam impedidas legalmente de licitar e contratar com o Sistema SEBRAE.

3.4. O não credenciamento do representante impedirá qualquer pessoa presente de se manifestar e responder pela licitante, sem prejuízo do direito de oferecimento dos documentos de habilitação e proposta.

3.5. 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 - DA PARTICIPAÇÃO EM CONSÓRCIO DE EMPRESAS

4.1. Por deliberação do Sebrae/MT não será admitida a participação de empresas reunidas em consórcio.

5 - DA APRESENTAÇÃO DO CREDENCIAMENTO, DA DOCUMENTAÇÃO E DAS PROPOSTAS

5.1. No dia, local e horário estabelecidos neste edital, as licitantes interessadas entregarão o credenciamento, os documentos e as propostas ao Presidente da Comissão em 5 (cinco) envelopes fechados ("A", "B", "C", "D", "E") contendo cada um, além do **nome, razão social e endereço da licitante (exceto envelope "B")**, a designação de seu conteúdo conforme adiante especificado. O sexto envelope, denominado Envelope "F", com os documentos de

habilitação somente serão entregues pelas licitantes cujas propostas forem classificadas após sua análise. O Sebrae/MT fará a convocação para a apresentação do referido envelope oportunamente.

5.1.1. ENVELOPE “A” CREDENCIAMENTO

SEBRAE - SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO ESTADO DE MATO GROSSO - CONCORRÊNCIA Nº 005/2013

5.1.2. ENVELOPE “B” PROPOSTA TÉCNICA (Apócrifa)

5.1.3. ENVELOPE “C” PROPOSTA TÉCNICA (Identificada)

SEBRAE - SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO ESTADO DE MATO GROSSO - CONCORRÊNCIA Nº 005/2013

5.1.4. ENVELOPE “D” – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO E RELATOS

SEBRAE - SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO ESTADO DE MATO GROSSO - CONCORRÊNCIA Nº 005/2013

5.1.5. ENVELOPE “E” PROPOSTA DE PREÇOS

SEBRAE - SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO ESTADO DE MATO GROSSO - CONCORRÊNCIA Nº 005/2013

5.1.6. ENVELOPE “F” DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO – SOMENTE PARA LICITANTES CLASSIFICADOS APÓS JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

SEBRAE - SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO ESTADO DE MATO GROSSO - CONCORRÊNCIA Nº 005/2013

5.2. O credenciamento de que trata o **subitem 5.1.**, constará no **Envelope “A”**, na forma prevista no **subitem 3.1.1.** do presente edital, e deverá ser apresentado em uma das seguintes formas:

5.2.1. Instrumento público de procuração;

5.2.2. Procuração particular com reconhecimento de firma em cartório;

5.2.3. Contrato social ou estatuto, quando se tratar de representante legal.

5.3. A licitante que credenciar representante por meio de procuração particular com reconhecimento de firma em cartório deverá apresentar o ato constitutivo, o estatuto ou o contrato social em vigor, (devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais) em uma cópia autenticada, para verificação dos poderes do outorgante – **Envelope “A”**. No caso de sociedade por ações, deverá ser apresentado, ainda, documento de eleição de seus administradores;

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

5.4. A licitante que credenciar o representante legal da empresa deverá apresentar o ato constitutivo, o estatuto ou o contrato social em vigor (devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais). No caso de sociedade por ações, deverá ser apresentado, ainda, documento de eleição de seus administradores;

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

5.5. 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 “B”), **que não deverá ser identificada.**

5.6. A “Proposta Técnica Apócrifa” será apresentada no Envelope “B”, **sem a identificação da empresa, sob pena de desclassificação.**

5.7. O conteúdo da “Proposta Técnica Apócrifa”, indicado no subitem 8.2. deverá ser acondicionado em **Envelope obrigatoriamente fornecido pelo SEBRAE/MT.**

5.8. É vedada a aposição, neste Envelope e em todo o seu conteúdo, de qualquer tipo de identificação da Licitante, inclusive etiquetas, cliques, grampos, fitas adesivas, etc.

5.9. Havendo qualquer sinal de identificação no Envelope “B”, nenhum Envelope da Licitante será recebido e a mesma ficará impedida de participar do certame, registrando-se em Ata.

5.10. O Envelope a ser fornecido pelo SEBRAE/MT deverá ser retirado pela interessada no endereço: Unidade de Contratos e Licitações do SEBRAE/MT, sito na Avenida Historiador Rubens de Mendonça, n.º 3.999 – CPA, Cuiabá/MT, mediante preenchimento de recibo contendo nome da empresa, CNPJ, endereço, telefone de contato, e-mail.

5.11. Apenas o envelope “B” - **Proposta Técnica Apócrifa** será fornecido pelo SEBRAE/MT, devendo a licitante providenciar os demais envelopes necessários.

6 - DA HABILITAÇÃO

6.1. Para habilitação – última fase da presente licitação - serão exigidos os seguintes documentos (ENVELOPE “F”) **em vias originais ou cópias autenticadas:**

6.1.1. Habilitação jurídica

a) prova de registro comercial, no caso de empresa individual ou do ato constitutivo - estatuto ou contrato social em vigor – devidamente registrado, tendo dentre seus objetivos sociais as atividades típicas e exclusivas da propaganda e como tal definidas na Lei 4.480/65, no seu Decreto regulamentador n. 57.690/66. No caso de sociedade por ações, deverá ser apresentado, ainda, documento de eleição de seus administradores;

a.1) os documentos deverão estar acompanhados de todas as alterações ou ser apresentado em documento consolidado.

a.2) comprovação da publicação no Diário Oficial dos atos constitutivos para atender ao item anterior, quando se tratar de sociedade por ações.

b) inscrição do ato constitutivo em Cartório de Registro de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de diretoria em exercício;

6.1.2. Regularidade Fiscal

a) prova de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica – CNPJ;

b) prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes estadual e municipal, se couber, relativo ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta concorrência;

c) Certificado de Regularidade de Situação – CRS, para com o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS;

d) Certidão Negativa de Débitos – CND, para com a Seguridade Social – emitida pela Receita Federal do Brasil;

e) Certidão Conjunta Negativa de Débitos relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União;

f) Certidão Negativa de Débitos com a Fazenda Estadual e Municipal, expedida pelas Secretarias de Fazenda ou órgão equivalente no domicílio ou sede da licitante ou outra equivalente na forma da lei.

6.1.3. Qualificação Técnica

a) Declaração de que a empresa possui condições operacionais de funcionamento, dispondo dos seguintes serviços: atendimento, pesquisa, planejamento, criação, mídia, produção de rádio, televisão, internet e cinema, produção gráfica, tráfego e administração; quantificação e qualificação dos profissionais da agência. No caso de mais de um escritório, relacioná-los, descrevendo as suas estruturas;

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 pessoa(s) de direito público ou privado que comprove(m) ter o licitante prestado, no mínimo, de forma concomitante, serviços de criação, execução e produção de campanhas e peças publicitárias.

d) Atestado(s) fornecido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado que comprove(m) ter o licitante prestado serviços de comunicação.

e) Declaração de possibilidade operacional na cidade de Cuiabá/MT, subscrita por representante legalmente habilitado da licitante.

f) Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento emitido pelo Conselho Executivo das Normas Padrão – CENP, em atendimento ao Item 4º da Lei 12.232/2010.

6.1.4. Qualificação Econômico-Financeira

a) Certidão Negativa de Falência expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica;

b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que demonstrem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios. O balanço será avaliado por meio de obtenção dos índices de Liquidez Geral (**LG**), de Solvência Geral (**SG**) e de Liquidez Corrente (**LC**), maiores que um (>1), resultante da aplicação das fórmulas:

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

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

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

c) a licitante com menos de um ano de existência, que ainda não tenha balanço, deverá apresentar demonstrações contábeis envolvendo seus direitos, obrigações e patrimônio líquido relativos ao período de sua existência, avaliados por meio da obtenção de Índice de Solvência (**S**) maior ou igual a um (≥ 1), conforme fórmula abaixo:

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

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

6.1.4.1. Os índices de que tratam as alíneas “b” e “c” e deste item, 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.

6.1.4.2. Para efeito de comprovação deverão ser apresentadas as demonstrações contábeis referentes ao exercício fiscal do ano 2012.

6.1.5. DECLARAÇÕES

a) Declaração de que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 anos. (modelo Anexo IV);

b) Declaração de que não emprega trabalho forçado ou análogo ao escravo (modelo Anexo V).

c) Conter Declaração assinada pelo representante legal da empresa de que inexistente participação de empregado ou dirigente de quaisquer entidades operacionalmente vinculadas ao Sistema SEBRAE, bem como de ex-empregado ou ex-dirigente de quaisquer entidades 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.

6.1.6. As Microempresas e Empresas de Pequeno Porte que desejarem obter benefícios da Lei Complementar n.º 123 de 14 de dezembro de 2006 e fizerem jus aos benefícios, deverão apresentar junto aos documentos de habilitação a declaração constante do Anexo III deste edital.

Parágrafo Único: Os documentos de HABILITAÇÃO, conforme Inciso XI do Artigo 11 da Lei n.º 12.232/2010 somente serão entregues pelas empresas classificadas após a fase de proposta mediante convocação oportuna do Sebrae/MT.

6.2. Os documentos necessários ao credenciamento e à habilitação poderão ser apresentados em original, cópia autenticada por tabelião de notas.

6.3. Todos os documentos apresentados durante a presente licitação, inclusive na fase de credenciamento, ficarão anexados ao processo, sendo vedada a sua retirada ou substituição.

6.4. Os documentos, declarações e/ou certidões comprobatórios de regularidade ou de inexistência de débito deverão estar no prazo de validade neles consignados. Na falta desta informação serão considerados válidos por 90 (noventa) dias, contados inclusive da emissão, aprovação ou da data de assinatura pela autoridade. As exceções serão avaliadas quando anexada legislação específica para o respectivo documento.

6.5. Todos os documentos deverão ser emitidos em favor da sede da licitante, à exceção daqueles referentes à comprovação de capacitação técnica.

6.6. A não apresentação de qualquer documento relacionado nos itens anteriores ou a sua apresentação em desacordo com a forma, prazo de validade e quantidades estipuladas implicará na automática inabilitação da licitante.

6.7. As **microempresas e empresas de pequeno porte**, (MPE's), por ocasião da participação neste certame licitatório, **deverão apresentar toda a documentação exigida para efeito de comprovação de regularidade fiscal**, mesmo que esta apresente alguma restrição.

6.7.1. Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal, será assegurado o prazo de 2 (dois) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que o proponente for declarado o vencedor do certame, prorrogáveis por igual período, a critério do SEBRAE/MT, para a regularização da documentação.

6.7.2. A não-regularização da documentação, no prazo previsto no subitem anterior, implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no **item "PENALIDADES"** deste edital, sendo facultado ao SEBRAE/MT convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a assinatura do contrato, ou cancelar a licitação.

7 - DAS PROPOSTAS

7.1. As propostas deverão ser apresentadas nos envelopes "B", "C", "D" e "E", na forma prevista no item 5 e deverão atender os seguintes requisitos:

7.2. Serem redigidas em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente – com clareza, sem emendas, entrelinhas ou rasuras, em papel contendo o timbre

da empresa, endereço completo, número do telefone e fax, quando existente, com exceção do Envelope “B” - **Proposta Técnica Apócrifa, que não poderá ser identificado, sob pena de desclassificação**”;

7.3. Serem apresentadas em papel que identifique a licitante, contendo o nome da proponente e a referência a esta licitação, com exceção do Envelope “B” - **Proposta Técnica Apócrifa, que não poderá ser identificado, sob pena de desclassificação**”;

7.4. Serem entregues no local, dia e hora estabelecidos neste edital;

7.5. Terem as páginas numeradas seqüencialmente, por envelope, serem assinadas em sua parte final, bem como rubricadas em todas as folhas pelo representante legal da licitante com exceção do Envelope “B” - **Proposta Técnica Apócrifa, que não poderá ser identificado, sob pena de desclassificação**”;

7.6. Terem indicação de que o prazo de validade não será inferior a 120 (cento e vinte) dias contados da data marcada para o seu recebimento, ficando estabelecido que na omissão será considerado esse prazo;

7.7. Deverão ser indicados na proposta de preços os nomes e cargos dos representantes legais que assinarão o Contrato, em obediência à disposição contida em seus documentos constitutivos, endereço completo da sede da agência, telefone, fax e, se houver de seu escritório em Cuiabá/MT.

7.8. Serão desclassificadas as propostas que desobedecerem às condições do presente edital e que apresentarem rasuras ou falhas que impossibilitem a sua compreensão e ainda cujas propostas técnicas apócrifas apresentem quaisquer sinais, marcas que permitam sua identificação, sendo permitido a Comissão de Licitação sanar vícios que não maculem a validade da proposta.

8 - DA PROPOSTA TÉCNICA E DA CAPACIDADE DE ATENDIMENTO/RELATOS

8.1. A Proposta Técnica e a Capacidade de Atendimento/Relatos deverão ser apresentadas nos Envelopes “B” , “C”, e “D” na forma prevista no item 5 e deverá atender os seguintes requisitos:

8.2. Envelope “B” – Proposta Técnica Apócrifa – Plano de Comunicação (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Idéia Criativa, Estratégia de Mídia).

8.2.1. Não será exigido, dentro do chamado *Plano de Comunicação*, o item “Repertório”, limitando-se tal *Plano* àqueles itens expressamente mencionados no item e subitem 8.2 a saber: Plano de Comunicação (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Idéia Criativa, Estratégia de Mídia)..

8.2.2. É vedado, neste Envelope e em todo o seu conteúdo, a aposição de qualquer tipo de identificação da Licitante (são vedadas inclusive etiquetas/lacres/espirais/grampos/clipes, com ou sem a marca, cores ou o logotipo do licitante), sob pena de desclassificação. Este envelope deverá ser lacrado com uso de cola branca.

8.2.3. O Plano de Comunicação (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Idéia Criativa, Estratégia de Mídia), em seu todo, não poderá ultrapassar um total de 12 (doze) laudas, assim consideradas folhas em papel A4 branco, com no máximo 30 (trinta)

linhas cada, com espaçamento mínimo de 2 cm nas 4 margens, a partir da borda; fonte Arial tamanho 12; com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página, iniciando pela capa; em caderno único e sem qualquer identificação da Licitante, nem mesmo por cores ou logotipia.

8.2.4. As peças e os materiais publicitários que integram o Plano de Comunicação deverão ser apresentados soltos dentro do envelope e com formatos compatíveis com suas características, devendo adequar-se ao tamanho do invólucro, qual seja: **51cm x 75,5cm.** **Toda documentação do envelope de proposta apócrifa será grampeada na sessão de abertura da mesma utilizando para tanto o mesmo grampeador do SEBRAE/MT.**

Parágrafo Primeiro: As peças deverão ser numeradas na sequência do plano de comunicação utilizando o mesmo padrão de numeração (algarismos arábicos, no canto inferior direito da página).

Parágrafo Segundo: Todas as peças deverão ser entregues impressas, não sendo admitida a colocação de CD, DVD, ou qualquer outro material.

8.2.5. A quantidade e o tipo de peças que deverão constar no Plano de Comunicação estão descrito no briefing – Anexo I do presente Instrumento Convocatório. Em caso de apresentação de peças em número superior ao descrito no Briefing a proposta será desclassificada.

8.2.6 Para efeito de avaliação a licitante deverá apresentar uma campanha simulada sobre o tema hipotético “Seminário Sebrae de Sustentabilidade 2014”, com verba de R\$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais) e duração de 60 (sessenta) dias. O *briefing* que descreve as condições para realização da campanha está no Anexo I do presente Edital.

8.2.7 A proposta técnica (**Apócrifa e identificada**) consistirá de um conjunto de textos (Plano de Comunicação) e versará sobre os seguintes tópicos:

8.2.7.1 Raciocínio Básico

Composto de um texto, em que a licitante deve expressar seu conhecimento da história e da natureza institucional do SEBRAE/MT, suas principais linhas de produtos e serviços, e suas características mais significativas para a comunicação publicitária; o papel do SEBRAE/MT no atual contexto social, político e econômico; a extensão, a qualidade e as formas do relacionamento do SEBRAE/MT com seus públicos; e a acuidade de compreensão do problema específico de comunicação do SEBRAE/MT e sua correta análise e inserção no atual cenário da instituição e do setor das micro e pequenas empresas.

8.2.7.2 Estratégia de Comunicação Publicitária

Constituída de texto em que a licitante exporá o partido temático que irá fundamentar a resposta ao problema de comunicação do SEBRAE/MT, defendendo de maneira lógica e pertinente essa opção, mostrando sua adequação à natureza e à qualificação da instituição e a riqueza de desdobramentos. O texto deverá ainda evidenciar o pensamento estratégico de comunicação e apresentar seus desdobramentos e a cobertura dos públicos alvos prioritários.

8.2.7.3 Idéia Criativa

Síntese da comunicação publicitária, expressa em texto com sua defesa e acompanhada de exemplos (anexos) de peças que a corporifiquem objetivamente. O número de peças a serem apresentadas consta no Briefing anexo ao presente Edital. Esses anexos não serão contabilizados no limite de páginas do Plano de Comunicação.

8.2.7.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia

Deverá ser apresentada com texto, sendo permitida a inclusão de tabelas, que evidencie o conhecimento e análise dos hábitos de comunicação do público e a defesa da estratégia e da distribuição de mídia mais adequada para atingir o target.

8.2.7.4.1 A licitante deverá apresentar, ao final do caderno do Plano de Comunicação, como anexos que não serão contabilizados no limite de páginas, texto ou tabela em que se apresente a distribuição da verba nas rubricas de estudo e pesquisa, criação, produção e veiculação.

8.2.7.4.2 A licitante deverá apresentar, ao final do caderno do Plano de Comunicação, como anexos que não serão contabilizados no limite de páginas, o plano completo de distribuição (mapa) de mídia.

8.2.7.4.3 Na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do Plano de Mídia e Não Mídia os proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação (Inciso XI do Artigo 6º da Lei 12.232/2010).

8.2.7.4.4 As empresas, quando da elaboração da simulação do plano de mídia, bem como em qualquer outro custo apresentado na proposta técnica, 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. As tabelas deverão ser as vigentes no momento da publicação do edital

8.3 Envelope “C” – Proposta Técnica Identificada – Plano de Comunicação (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Idéia Criativa, Estratégia de Mídia).

8.3.1 O conteúdo indicado no subitem **8.3.** deverá ser acondicionado em envelope providenciado pela Licitante.

8.3.2 O Plano de Comunicação inserido nesse Envelope deverá ser exatamente de igual teor ao apresentado no Envelope “B” porém, com a identificação da licitante autora.

8.4 Envelope “D” – Capacidade de Atendimento/Relatos – (Capacidade de Atendimento, Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação e Repertório).

8.4.1. A capacidade de Atendimento, Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação e Repertório inseridos nesse Envelope, (Envelope “D”) obedecerá aos seguintes padrões: A capacidade de Atendimento, Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação e Repertório não poderá ultrapassar um total de **50 (cinquenta)** laudas, assim consideradas folhas em papel A4 branco, com no máximo 30 (trinta) linhas cada, com espaçamento mínimo de 2 cm nas 4 margens, a partir da borda; fonte Arial tamanho 12; com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página, iniciando pela capa; em caderno único e com data e assinatura na última página e rubrica nas demais.

8.4.2. De acordo com o Inciso XIII da Lei 12.232/2010 fica vedado neste envelope e em seus documentos a aposição de informações, marcas, sinais, etiquetas ou qualquer outro elemento que identifique a autoria do Plano de Comunicação constante na Proposta Técnica (Envelopes “B” e “C”) sob pena de desclassificação da licitante.

8.4.3. A capacidade de Atendimento, Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação e Repertório consistirão de um conjunto de textos e versarão sobre os seguintes tópicos:

8.4.3.1 Capacidade de Atendimento

Esse tópico, a ser abordado sob a forma de textos, sem anexos, inclui nome, quantificação e qualificação dos profissionais que serão postos à disposição do SEBRAE/MT, em Cuiabá/MT, de maneira discriminada por setor da licitante, levando em conta a estrutura mínima exigida **no inciso III, da Clausula Terceira – Das Obrigações da Contratada, Anexo IV – Minuta de Contrato e subitem 6.1.3 deste Edital** e destacando qualquer benefício extra de atendimento que será oferecido ao SEBRAE/MT durante a execução do contrato.

8.4.3.1.1 O texto trará a sistemática de atendimento, com clara indicação das obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento da licitante, incluindo prazos a serem observados desde o momento da solicitação dos serviços até sua criação, produção e veiculação. Deverá incluir ainda texto que trate das informações de marketing e comunicação a serem colocadas regularmente à disposição do SEBRAE/MT, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

8.4.3.2 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Apresentar um “*Case Story*”, sob a forma de texto descritivo de um problema de comunicação enfrentado, as soluções de comunicação encontradas e dos resultados alcançados. O “case” deverá ser endossado pelo respectivo anunciante, com a assinatura, identificação e dados para contato do representante daquele mesmo anunciante. **Não será admitida apresentação de peças para comprovação do “case story” sob pena de desclassificação.**

8.4.3.3. Repertório

8.4.3.3.1 Apresentação de um conjunto de trabalhos produzidos e veiculados pela empresa participante, para anunciantes que não o Sistema SEBRAE. Sob a forma de peças publicitárias que indiquem o desempenho do proponente na prestação de serviços publicitários, sendo pelo menos 1 (um) filme de TV, 1 (um) spot de rádio, 1 (um) anúncio de jornal ou revista, 1 (uma) ação de internet – tais como banner, hotsite, marketing viral e outros, e 1 (uma) peça de “mídia externa”. Cada peça deve acompanhar documento assinado pelo anunciante responsável, com firma reconhecida, indicando onde e quando a peça foi veiculada e atestando a qualidade do trabalho da agência na execução, o qual deve ter sido realizado nos últimos 3 anos. No quesito Repertório, a licitante deve apresentar um total de 8 (oito) peças. Não é necessário apresentar ficha técnica detalhando os profissionais que participaram do mesmo. Não é necessário memória técnica. As peças poderão ser apresentadas no formato mais adequado a critério da licitante.

8.4.3.3.2 Não serão aceitos trabalhos que configurem apresentação de materiais especulativos, condenados pela Legislação da Propaganda, nem mesmo a título de exemplo ou sugestão.

8.5. A critério do SEBRAE/MT, os Planos de Comunicação das licitantes vencedoras poderão ou não vir a serem produzidos e veiculados, com ou sem modificações, na vigência do contrato

9 - DA PROPOSTA DE PREÇOS

9.1. A Proposta de Preços (Envelope “E”) deverá ser apresentada de acordo com o modelo a seguir, devidamente preenchida apenas com as informações constantes no modelo:

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

a. Desconto a ser concedido ao SEBRAE/MT, sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso: _____% (_____ por cento). Este desconto estará limitado a no máximo 90%;

b. Honorários de% (..... por cento) incidentes sobre os custos de produção comprovados, realizados com a efetiva intermediação da CONTRATADA, cuja utilização pelo SEBRAE 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 **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 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/MT, sob forma de desconto, _____%(_____ por cento) pontos percentuais e permaneceremos com os restantes _____%(_____ por cento).

Deverá constar, também, da referida declaração, que não será repassado ao SEBRAE/MT o pagamento de tributos e outros encargos.

9.2. Declaração de que tratará da questão dos direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir, estabelecendo:

- I. 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.
- II. O compromisso de, em todas as contratações que envolvem direitos autorais de terceiros, solicitar de cada terceiro que vier a ser contratado 02 (dois) orçamentos para execução do serviço, um de cessão de direitos patrimoniais por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que o SEBRAE/MT escolha uma das opções.
- III. Que, 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/MT, inclusive no que diz respeito à reutilização de peças publicitárias.
- IV. O compromisso, quando o SEBRAE/MT optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva dos direitos patrimoniais da obra artística, de fazer 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:
- V. 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.

VI. Estabeleçam que o SEBRAE/MT possa, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente, com ou sem modificações, após o término do contrato ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

9.3. Declaração constando que:

- a. Que considerará 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.
- b. O compromisso de fazer 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. O compromisso de sempre negociar 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/MT.
- d. Garantirá a transferência ao SEBRAE/MT de toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços e/ou condições de pagamento junto a veículos e a fornecedores.

9.4. Indicar nome ou razão social do licitante, número do CNPJ/MF, endereço completo, telefone, fax e endereço eletrônico (e-mail), bem como nome do representante, profissão, CPF, identidade, domicílio e cargo na empresa.

9.5. Constar declaração expressa de que os preços contidos na proposta incluem todos os custos e despesas e outros necessários ao cumprimento integral do objeto deste edital e seus anexos. A falta de tal declaração será considerada como inclusa nos preços toda e qualquer despesa;

9.6. Constar nome do banco, agência, número de conta corrente onde deseja receber seus créditos.

9.7. Quaisquer tributos, custos e despesas diretos ou indiretos omitidos da proposta ou incorretamente cotados, serão considerados como inclusos nos preços, não sendo considerados pleitos de acréscimos, a esse ou a qualquer título, devendo os serviços ser fornecidos ao SEBRAE/MT sem ônus adicionais.

9.8. A apresentação da proposta implicará na plena aceitação, por parte da licitante, das condições estabelecidas neste edital e seus anexos.

9.9. Não serão admitidos cancelamentos, retificações de preços ou alterações nas condições estabelecidas, uma vez abertas as propostas. Os erros, equívocos e omissões havidas nas cotações de preços serão de inteira responsabilidade do respectivo proponente.

10 - DO RECEBIMENTO DO “CREDENCIAMENTO”, DOS “DOCUMENTOS” E DAS “PROPOSTAS” – DO PROCEDIMENTO DA CONCORRÊNCIA

10.1. Não serão aceitos pela Comissão quaisquer documentos ou envelopes que sejam encaminhados por fax ou que cheguem à Comissão fora do horário estabelecido no item 1 – DA CONVOCAÇÃO, para o seu recebimento.

10.2. A Comissão receberá os envelopes contendo: “A” - “CREDENCIAMENTO”, “PROPOSTAS TÉCNICA (“B” - Apócrifa e Identificada – “C”), “D” - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO E RELATOS e “E” - PROPOSTA DE PREÇOS”, procedendo primeiramente a abertura do envelope contendo o CREDENCIAMENTO.

Parágrafo Único: Os envelopes acima, com exceção do Envelope “B” serão rubricados pelos representantes presentes e ficarão sob a guarda e responsabilidade da Comissão Permanente de Licitação.

10.3. Os documentos contidos no envelope “CREDENCIAMENTO” serão rubricados pelos representantes das licitantes, facultando-se aos mesmos o seu exame, registrando-se em ata as anotações solicitadas.

10.4 Após a realização do credenciamento que indicará os representantes dos licitantes durante o certame a Comissão Permanente de Licitação efetuará a abertura do Envelope “B” – PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA, sem lançar no mesmo nem em seu conteúdo qualquer marca/ código ou numeração. Os documentos do referido envelope serão grampeados pela comissão utilizando-se para todos os licitantes o mesmo tipo de grampo e grampeador.

10.5. Na mesma reunião de abertura dos Envelopes “B” - PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA, ocorrerá a abertura dos Envelopes “D” - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO/RELATOS, ocasião em que todas as páginas serão rubricadas pelos membros da Comissão e por todos os representantes das licitantes presentes, para posterior análise técnica pelo Subcomissão.

10.6. Caso se constate qualquer tipo de informação, marca ou sinal no material que compõe a via Apócrifa do Plano de Comunicação Publicitária que permita a identificação de sua autoria, independente da fase do processo, a licitante será automaticamente desclassificada no certame e ficará impedida de participar das fases posteriores. A desclassificação também ocorrerá caso conste no Envelope “D” qualquer elemento que possa identificar a autoria da proposta Apócrifa.

10.7. A análise dos documentos constantes dos Envelopes “B” - “PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA” e “D” – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO/RELATOS dar-se-á em sessão reservada e será realizada por uma Subcomissão Técnica composta conforme condições e procedimentos descritos no Artigo 10 da Lei 12.232/2010.

10.8. Após o término do julgamento do conteúdo dos Envelopes “B” - “PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA”, e “D” – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO/RELATOS será divulgada no site do SEBRAE/MT, endereço www.mt.sebrae.com.br, o dia, hora e local de realização da sessão pública de abertura do conteúdo do Envelope “C” – Proposta Técnica Identificada.

10.9. A sessão pública de abertura do conteúdo do Envelope “C” – Proposta Técnica Identificada tem a finalidade de confrontar a via sem identificação, constante do Envelope B - Proposta Técnica Apócrifa, com a via identificada, mantida em sigilo, constante do Envelope “C” – Proposta Técnica Identificada.

10.10. Nessa sessão serão processadas as notas técnicas dos Envelopes “B” - PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA, e “D” - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO/RELATOS, correlacionando-as com a identificação da licitante, consolidando as notas finais da Proposta Técnica.

10.11. Havendo renúncia expressa de todos os licitantes ao direito de interpor recurso contra o resultado do julgamento da proposta técnica, a Comissão poderá realizar, a seu exclusivo critério, a abertura dos Envelopes “E” - Proposta de Preços nessa mesma sessão, cujo conteúdo será rubricado pelos membros da Comissão e licitantes presentes.

10.12. Não ocorrendo renúncia expressa de todos os licitantes ao direito de interpor recurso contra o resultado da classificação de propostas técnicas, será aberto prazo recursal e, depois de julgados os recursos eventualmente interpostos, dar-se-á a abertura dos Envelopes “E” – PROPOSTA DE PREÇOS, em data, hora e local a ser divulgada pela Comissão no site do SEBRAE/MT, endereço www.mt.sebrae.com.br

10.13. Serão desclassificadas as propostas que desobedecerem às condições do presente edital e que apresentarem rasuras ou falhas que impossibilitem a sua compreensão.

10.14. O não cumprimento de qualquer item referente à Proposta Técnica ou o confronto com as condições estabelecidas neste Instrumento Convocatório implicará na desclassificação da proposta.

10.15. Não serão consideradas quaisquer informações ou declarações apresentadas em um envelope que deveriam constar em outro

10.16. A Comissão poderá suspender a sessão para análise mais acurada das PROPOSTAS DE PREÇOS. Após análise das referidas propostas de acordo com os termos do Item 11.7 do Instrumento Convocatório, a Comissão marcará data de sessão para divulgação dos resultados. A convocação será realizada através do site www.mt.sebrae.com.br.

10.17. Na data marcada pela comissão haverá a divulgação do resultado da análise das propostas de preços. Havendo renúncia expressa de todos os licitantes ao direito de interpor recurso contra o resultado do julgamento da proposta de preços, a Comissão Permanente de Licitação Convocará os licitantes que tiveram suas propostas classificadas a apresentarem o Envelope “F” – HABILITAÇÃO, conforme disposto no Inciso XI do § 4º Artigo 11 da Lei 12.232/2010.

10.18. Não ocorrendo renúncia expressa de todos os licitantes ao direito de interpor recurso contra o resultado de julgamento de propostas de preços, será aberto prazo recursal e, depois de julgados os recursos eventualmente interpostos, dar-se-á a convocação para apresentação do Envelope “F” de HABILITAÇÃO, conforme disposto no Inciso XI do § 4º Artigo 11 da Lei 12.232/2010, sendo a referida convocação realizada através site do SEBRAE/MT, endereço www.mt.sebrae.com.br

10.19. Na data e hora marcada através da convocação descrita no item acima a Comissão Permanente de Licitação receberá o Envelope “F” – HABILITAÇÃO das licitantes que tiveram suas propostas classificadas. Os Envelopes e documentos recebidos serão numerados e rubricados pela Comissão e representantes presentes.

10.20. A comissão poderá, a seu critério, suspender a sessão para análise dos Documentos de Habilitação divulgar o resultado final, declarando as vencedoras através do site do Sebrae/MT www.mt.sebrae.com.br ocasião em que será aberto o prazo recursal.

10.21. Não havendo recurso ou após o julgamento dos mesmos será adjudicado o objeto da presente licitação a licitante que obtiver a melhor classificação nos termo do Item 11.11.

11 - DOS CRITÉRIOS DE JULGAMENTO E CLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇO

11.1. Na apreciação das Propostas Técnicas será considerada a linha de atuação desenvolvida, sendo certo que receberá um máximo de 70 (setenta) pontos, distribuídos entre os diversos tópicos de julgamento, da seguinte forma:

11.1.1 Raciocínio Básico

Máximo de **10 (dez) pontos**, com os seguintes critérios objetivos de julgamento:

- a) Conhecimento da história e da natureza institucional do SEBRAE/MT, suas principais linhas de produtos e serviços, e suas características mais significativas para a comunicação publicitária: 2,0 (dois) pontos.
- b) O papel do SEBRAE/MT no atual contexto social, político e econômico: 2,0 (dois) pontos.
- c) A extensão, a qualidade e as formas do relacionamento do SEBRAE/MT com seus públicos: 2,0 (dois) pontos.
- d) Acuidade de compreensão do problema específico de comunicação do SEBRAE/MT e sua correta análise e inserção no atual cenário da instituição e do setor das micro e pequenas empresas: 4,0 (quatro) pontos.

11.1.2 Estratégia de Comunicação

Máximo de **15 (quinze) pontos** com os seguintes critérios objetivos de julgamento:

- a) A adequação do partido temático proposto à natureza e à qualificação do SEBRAE/MT e o seu problema específico de comunicação; 3,0 (três) pontos.
- b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa; 3,0 (três) pontos.
- c) A riqueza de desdobramentos positivos para o SEBRAE/MT. 2,0 (dois) pontos.
- d) A evidência de pensamento estratégico de comunicação e sua relação positiva com o partido apresentado e com a natureza da instituição. 2,0 (dois) pontos.
- e) A qualidade dos desdobramentos em ações de comunicação integrada e digital. 2,0 (dois) pontos.
- f) Cobertura dos públicos-alvos por meio da linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida: 3,0 (três) pontos.

11.1.3 Idéia Criativa

Máximo de **20 (vinte) pontos** com os seguintes critérios objetivos de julgamento:

- a) Sua adequação ao problema específico de comunicação do SEBRAE; 2,0 (dois) pontos.
- b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta; 2,0 (dois) pontos.
- c) A cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações; 2,0 (dois) pontos.
- d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem; 2,0 (dois) pontos.
- e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta; 2,0 (dois) pontos.
- f) Sua pertinência às atividades do SEBRAE e à sua inserção na sociedade; 2,0 (dois) pontos.
- g) Os desdobramentos comunicativos que enseja; 2,0 (dois) pontos.
- h) A exequibilidade das peças; 2,0 (dois) pontos.
- i) A compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos. 2,0 (dois) pontos.
- j) A capacidade de síntese da estratégia de comunicação. 2,0 (dois) pontos.

11.1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia

Máximo de **10 (dez) pontos**, com os seguintes critérios objetivos de julgamento:

- a) Conhecimento dos hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação: 1,0 (um) ponto.
- b) Capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia: 2,0 (dois) pontos.
- c) Criatividade e inovação nas soluções de mídia para atingir os objetivos de comunicação: 2,0 (dois) pontos.
- d) Economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária simulado na proposta: 2,0 (dois) pontos.
- e) Integração da estratégia de mídia com a estratégia de comunicação apresentada: 1,0 (um) ponto.
- f) A pertinência, a oportunidade e a melhor alternativa demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação do SEBRAE/MT: 1,0 (um) ponto.
- g) A pertinência, a oportunidade e a melhor alternativa demonstradas no uso da mídia digital para atingir os objetivos de comunicação: 1,0 (um) ponto.

11.1.5 Capacidade de Atendimento

Máximo de **5 (cinco) pontos**, com os seguintes critérios objetivos de julgamento:

- a) A quantidade e a qualificação dos profissionais a serem colocados à disposição do SEBRAE/MT, 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/MT; 2 (dois) pontos;
- b) As informações de marketing e comunicação a serem colocadas regularmente à disposição do SEBRAE/MT, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato; 1 (um) ponto;
- c) A operacionalidade do relacionamento entre o SEBRAE/MT e a licitante, esquematizado na proposta; 1 (um) ponto;
- d) A segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na proposta; 1 (um) ponto;

11.1.6 Relato de Soluções

Máximo de **5 (cinco) pontos**, com os seguintes critérios objetivos de julgamento:

- a) Avaliação da capacidade de detectar e delimitar problemas de comunicação. 2 (dois) ponto;
- b) A capacidade de equacionar e planejar uma solução efetiva de comunicação. 1 (um) ponto;
- c) A evidência de perfeita concatenação entre causa e efeito. 1 (um) ponto;
- d) A capacidade de medir adequadamente os resultados. 1 (um) ponto;

11.1.7 Repertório

Máximo de 5 (cinco) pontos, com os seguintes critérios objetivos de julgamento:

- a) A idéia criativa e sua pertinência; 2 (dois) pontos;
- b) A clareza da exposição; 2 (dois) pontos;
- c) A qualidade da execução e do acabamento; 1 (um) ponto;

11.2. A pontuação final de cada Proposta Técnica será definida pela soma das notas atribuídas a cada um dos fatores relacionados acima, completando o total de 70 (setenta) pontos.

11.3. A Comissão apresentará relatório sucinto e fundamentado de seu trabalho, devidamente assinado por seus integrantes, atribuindo e justificando notas às Propostas Técnicas Apócrifas e a Capacidade de Atendimento/Relatos devendo, para tanto, numerá-las, a fim de posteriormente identificá-las em correspondência com as Propostas Identificadas.

11.4. A Comissão Permanente de Licitação procederá, então, à abertura dos envelopes “C” contendo as PROPOSTAS TÉCNICAS IDENTIFICADAS e classificará as empresas licitantes de acordo com a pontuação obtida nas avaliações das Propostas.

11.5. Divulgada a classificação das Propostas Técnicas, serão designados dia e hora para abertura dos envelopes contendo as Propostas de Preços das licitantes classificadas tecnicamente.

11.6. Na sessão pública designada serão abertos os envelopes “E” com as Propostas de Preço, que serão rubricados pelos membros da Comissão e pelos licitantes presentes.

11.7. A classificação das Propostas de Preços será feita mediante a atribuição de notas para cada um dos quesitos a serem valorados, conforme a seguinte tabela:

DESCONTO/HONORÁRIOS/ REPASSE	NOTAS (N)
Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de MATO GROSSO	DESCONTO IGUAL A 0,0% $N = 0,0\%$ DESCONTO SUPERIOR A 0,0% $N = 0,05 \times \text{DESCONTO}$
Percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, cuja utilização pelo SEBRAE/MT proporcione à agência o desconto padrão de agência a ser concedido por veículos de divulgação	HONORÁRIOS IGUAIS OU SUPERIORES A 15% $N = 0,0$ HONORÁRIOS INFERIORES A 15% $N = 0,5 \times (15,0 - \text{HONORÁRIOS})$
Percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, cuja utilização pelo SEBRAE/MT não proporcione à agência o desconto padrão de agência a ser concedido por veículos de divulgação	HONORÁRIOS IGUAIS OU SUPERIORES A 15% $N = 0,0$ HONORÁRIOS DE 7,5 A 15% $N = 1 \times (15,0 - \text{HONORÁRIOS})$
Percentual de repasse do desconto padrão de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação	REPASSE IGUAL 0,0% $N = 0,0$ REPASSE SUPERIOR A 0,0%, ATÉ 5,0% $N = 2,0 \times \text{REPASSE}$ REPASSE SUPERIOR A 5,0% $N = 10$
DESCONTO/HONORÁRIOS/ REPASSE (TOTAL)	NOTAS (N)

a) 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 “ % “; b) as notas serão calculadas com, no máximo, uma casa decimal, sem arredondamento.

11.8. 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 até 30 (trinta) pontos.

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

11.10. Não se considerará, como critério de classificação e nem de desempate das propostas, qualquer oferta de vantagem não prevista neste Edital.

11.11. A Comissão Permanente de Licitação adjudicará o objeto da licitação às proponentes que obtiverem a maior pontuação na Nota Final, calculada através da soma simples das Notas Técnicas e de Preço, conforme a seguinte expressão:

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

11.23. Em caso de empate, no resultado geral das propostas, terá preferência a empresa que, na ordem a seguir, sucessivamente:

- a) obtiver a maior nota no quesito Ideia Criativa;
- b) obtiver a maior nota no quesito Estratégia de Comunicação Publicitária;
- c) obtiver a maior nota no quesito Estratégia de Mídia;
- d) obtiver a maior nota no quesito Raciocínio Básico.

11.24. 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.

11.25. Para efeito de contrato, será considerada pelo SEBRAE/MT apenas a melhor proposta de preço apresentada por uma das duas vencedoras, devendo as demais empresas aderirem à melhor condição comercial ou desistir do objeto, abrindo sua vaga para a próxima empresa classificada no processo licitatório e assim sucessivamente até completar o número de duas empresas.

12 - DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

12.1. Após cada fase da licitação, os autos do processo ficarão automaticamente com vistas aos interessados, pelo prazo necessário à interposição de recursos, ressalvada a desistência expressa pela licitante a quem assistia o direito de recorrer, ou o silêncio de quaisquer das licitantes no momento em que deveriam manifestar esse interesse.

12.2. Do resultado da fase de julgamento das propostas e da habilitação, caberão recursos fundamentados, dirigidos ao Diretor Superintendente do Sebrae/MT, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação, por escrito, protocolados na sede do Sebrae/MT, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados da comunicação, observado o horário de funcionamento do SEBRAE/MT constante do subitem **16.7**.

12.3. Os recursos referentes ao julgamento das propostas, à habilitação, a inabilitação, serão recebidos no efeito suspensivo, não o sendo nos demais casos.

12.4. Os recursos serão julgados nos termos do artigo 23 do Regulamento de Licitações e de contratos do Sistema Sebrae e a divulgação do julgamento dar-se-á por intermédio do site do SEBRAE/MT endereço www.mt.sebrae.com.br.

12.5. O provimento de recursos pela autoridade competente importará na invalidação apenas dos atos insuscetíveis de aproveitamento.

12.6. Recursos enviados por fax ou e-mail não serão considerados.

13 - DA ASSINATURA DO CONTRATO E CONDIÇÕES DE PAGAMENTO.

13.1. Conhecidas as DUAS Agências de melhor pontuação, será obrigatório, dentre elas, a adesão aos preços da proposta de menor valor.

13.2. As licitantes vencedoras deverão comparecer ao SEBRAE/MT, no prazo de até 03 (três) dias úteis para a assinatura do contrato.

13.2 No ato da assinatura do contrato, a contratada deverá apresentar GARANTIA, correspondente a 5% sobre os 30% do valor global estimado, previsto nos sub itens 2.2 e 2.6 deste instrumento convocatório, podendo ser através de caução em dinheiro, fiança bancária ou seguro garantia.

Parágrafo Primeiro. A garantia prestada por fiança bancária, ou por Seguro Garantia deverá ter validade durante o transcurso do prazo contratual original. Finda a validade sem que o Contrato esteja cumprido, a Contratada deverá renovar a garantia pelo prazo necessário a conclusão das obras ou serviços, dentro de 48 (quarenta e oito) horas, após comunicação que neste sentido lhe for dirigida por escrito, sob pena de ficarem retidos como garantia seus eventuais créditos;

Parágrafo Segundo. A Caução que trata o item 15.2 acima será liberada após a conclusão da obra e do seu recebimento definitivo pelo SEBRAE/MT;

Parágrafo Terceiro. No caso de rescisão contratual pelo inadimplemento das cláusulas contratuais pela licitante Contratada, não serão devolvidas a Caução inicial, a menos, que a rescisão e/ou paralisação decorram de acordo com o SEBRAE/MT;

Parágrafo Quarto. A devolução da Caução se dará mediante solicitação da Contratada, através de requerimento dirigido ao SEBRAE/MT.

13.3. O não comparecimento da licitante vencedora para a assinatura do contrato no prazo estabelecido no subitem anterior, implicará a aplicação da multa prevista no subitem **14.2**.

13.4. Para a realização dos pagamentos será observado o disposto no Artigo 15 da Lei 12.232/2010.

13.5. As obrigações decorrentes desta Licitação consubstanciar-se-ão em Contrato cuja minuta consta do Anexo VI.

13.6. O Contrato terá o seu prazo de execução por 12 (doze) meses, contados da data de sua assinatura, prorrogáveis nos termos do Regulamento de Licitações e Contratos do Sistema Sebrae.

13.7. Fazem parte do Contrato, independente de transcrição ou publicação, as disposições deste ato convocatório e seus anexos.

14. DA GARANTIA DE CONTRATO

14.1. O licitante vencedor fica ciente que deverá prestar garantia de contrato após homologação da licitação, e em até 05 (cinco) dias úteis, **correspondente a 5% sobre os 30% do valor global estimado, previsto nos sub itens 2.2 e 2.6 deste instrumento convocatório**, em uma das modalidades previstas no artigo 27 do Regulamento de Licitações e Contratos do Sistema SEBRAE, a saber:

- a) caução em dinheiro;
- b) fiança bancária;
- c) seguro garantia.

14.2. A garantia prestada por fiança bancária, ou por seguro-garantia deverá ter validade durante o transcurso do prazo contratual.

14.3. A caução em dinheiro deverá ser depositada na conta corrente do SEBRAE/MT, dados da conta a serem fornecidos.

14.4. A garantia de contrato será liberada após a conclusão do objeto licitado e quando em dinheiro, atualizada monetariamente..

14.5. No caso de rescisão contratual pelo inadimplemento das cláusulas contratuais pelo licitante Contratado, não será devolvida a garantia inicial, a menos, que a rescisão e/ou paralisação decorram de acordo com o SEBRAE/MT.

14.6. A devolução da garantia se dará mediante solicitação da Contratada, através de requerimento dirigido ao SEBRAE/MT, após término de vigência contratual e/ou entrega final dos materiais.

15 - DAS PENALIDADES

15.1. A desistência formulada por qualquer das licitantes após a abertura das propostas sujeitar-lhe-á ao pagamento de multa equivalente a 10% (dez por cento) do valor da verba, constante do subitem 2.2, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão.

15.2. A recusa injustificada em assinar o contrato dentro do prazo fixado no ato convocatório caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida, ficando sujeita à multa de 10% (dez por cento) do valor da verba constante do subitem 2.2., perda do direito à contratação e suspensão do direito de licitar e contratar com o Sistema SEBRAE por prazo não superior a dois anos.

15.3. A prática de ilícitos em quaisquer das fases do procedimento licitatório implicará na suspensão do direito de licitar e contratar com o Sistema SEBRAE por prazo não superior a dois anos.

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

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

15 - DA SUBCONTRATAÇÃO DE MICRO EMPRESA E EMPRESA DE PEQUENO PORTE

16.1. Na terceirização de serviços, a Contratada deverá subcontratar até 30% do valor dos serviços junto às micro e pequenas empresas ou empresas de pequeno porte, assim entendido, aquelas definidas na Lei Complementar 123/2006. Se não houver possibilidade de contratar com às micro e pequenas empresas ou empresas de pequeno porte, a Contratada deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.

16.1.1. O limite de 30% poderá ser ultrapassado a critério da Contratada.

16.2. A responsabilidade pela contratação dos serviços permanecerá sempre com a(s) empresa(s) vencedora(s) da licitação.

17 - DISPOSIÇÕES FINAIS

17.1. A simples participação na presente licitação evidencia ter a licitante, que se candidata, examinado cuidadosamente este edital e seus anexos, se inteirado de todos os seus detalhes e com eles haver concordado.

17.2. O SEBRAE/MT 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.

17.3. É facultada, ao Presidente da Comissão 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.

17.4. Qualquer pedido de esclarecimento sobre a presente Concorrência deverá ser encaminhado por escrito à Comissão Permanente de Licitação do SEBRAE/MT, até **3 (três) dias úteis** antes da data marcada para recebimento dos envelopes, sendo desconsiderados pedidos recebidos após o prazo indicado. Na contagem dos prazos estabelecidos, excluir-se-á o dia do recebimento dos envelopes.

17.5. Qualquer manifestação em impugnar os termos deste edital deverá ser encaminhada por escrito e contra-recibo à Comissão Permanente de Licitação do SEBRAE/MT, sito na Avenida Historiador Rubens de Mendonça, n.º 3.999, CPA, Cuiabá/MT, ou através do e-mail licitação@mt.sebrae.com.br em via devidamente digitalizada e assinada pelo representante legal da empresa. Decairá desse direito perante o SEBRAE/MT, 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/MT, excluindo-se o dia do recebimento dos envelopes. Não impugnado o ato convocatório, preclui toda a matéria nele constante. As

respostas às impugnações serão divulgadas na internet no site do SEBRAE/MT, endereço www.mt.sebrae.com.br.

17.6. Na contagem dos prazos estabelecidos nos itens **17.4** e **17.5**, excluir-se-á o dia do recebimento dos envelopes.

17.7. O horário de funcionamento do SEBRAE/MT é das 7h30 às 12h30 e das 13h30 às 17h00.

17.8. As decisões provenientes do curso desta licitação serão comunicadas por notas informativas e/ou avisos divulgados na Internet no site www.mt.sebrae.com.br, podendo ser ainda divulgadas através de correspondência aos licitantes, fax, e-mail, publicação em jornal de grande circulação, Aviso de Comunicação de Resultado, a ser afixado na Sede do SEBRAE/MT, ou através de qualquer outro qualquer outro meio permitido;.

17.9. Fica assegurado ao SEBRAE/MT o direito de transferir ou cancelar no todo ou em parte a presente licitação, antes da assinatura do contrato, sem que em decorrência de quaisquer dessas medidas tenham as participantes direito à indenização, compensação ou reclamação de qualquer natureza.

17.10. O contrato a ser firmado com a licitante vencedora terá a Câmara de Mediação e Arbitragem de Cuiabá – CMAC, por intermédio de cláusula compromissória, para dirimir as disputas e conflitos da mencionada contratação por arbitragem / mediação.

17.11. As despesas para realização dos serviços correrão pelo orçamento do Sebrae/MT 2010/2011.

17.12. As normas que disciplinam esta licitação serão sempre interpretadas em favor da ampliação da disputa entre os proponentes, desde que não comprometam o interesse do SEBRAE/MT, a finalidade e a segurança da contratação.

17.13. Os casos omissos deste edital serão resolvidos pela Comissão Permanente de Licitação do SEBRAE/MT, com a aplicação das disposições do Regulamento de Licitações e de Contratos do Sistema SEBRAE.

17.14. Fazem parte deste edital como anexos:

Anexo I – BRIEFING

Anexo II – Critérios da Proposta Técnica e Julgamento

Anexo III – Modelo de Declaração de Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte

Anexo IV – Modelo de Declaração que não emprega menor de 18 anos;

Anexo V – Modelo de Declaração que não emprega trabalho forçado;

Anexo VI – Minuta de Contrato

Anexo VIII – Manual de Uso da Marca Sebrae

17.15. A Autoridade Superior, a que se refere este edital é o Diretor Superintendente do SEBRAE/MT, Sr. José Guilherme Barbosa Ribeiro.

Cuiabá 18 de Dezembro de 2013.

Ana Paula O. Santos Pompermayer
Presidente da Comissão Permanente de Licitação

Roque Zacarias Licciardi
Assessoria Jurídica

ANEXO I

BRIEFING

CONTEXTO HISTÓRICO - O Sistema SEBRAE

O sistema SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, surgiu para fomentar e apoiar a criação, a expansão, o desenvolvimento e a modernização das micro e pequenas empresas, capacitando-as para cumprir eficazmente seu papel no processo de desenvolvimento socioeconômico.

Nascido do antigo CEBRAE – Centro Brasileiro de Apoio à Pequena e Média Empresa, então vinculado ao Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo, o novo sistema SEBRAE passou a ser predominantemente gerido e administrado pela iniciativa privada, a partir de 09 de outubro de 1990, através da Lei nº 8029.

Foi então constituído como Serviço Social Autônomo, sendo uma sociedade civil, sem fins lucrativos que, embora exercendo também o papel de apoio ao Poder Público, não é vinculado à Administração Federal, mantendo as características de entidade privada.

O sistema experimentou, assim, uma completa reformulação em sua estrutura, sendo o primeiro organismo a se enquadrar no Programa Nacional de Desestatização, passando a ser gerido por um Conselho Deliberativo Nacional, formado por representantes dos setores industrial, comercial, agrícola e de serviços, das áreas de pesquisa e desenvolvimento tecnológico e de instituições financeiras e de fomento; e a ligação do colegiado com o governo federal dá-se através de representante do Ministério da Indústria, Comércio e Turismo.

A partir de uma unidade central coordenadora, com sede em Brasília, o SEBRAE opera nacionalmente, através de unidades vinculadas, de características idênticas, localizadas em todos os Estados e no Distrito Federal.

Os SEBRAEs estaduais também são orientados, cada um deles, por um Conselho Deliberativo, cuja composição guarda total identidade com aquela do organismo nacional. No caso de Mato Grosso, o Conselho Deliberativo é composto pelas seguintes entidades:

- Banco da Amazônia
- Banco do Brasil
- Caixa Econômica Federal
- FACMAT - Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Estado de Mato Grosso.
- FAMATO - Federação da Agricultura e Pecuária do Estado de Mato Grosso
- FECOMERCIO-MT - Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de Mato Grosso
- FIEMT - Federação das Indústrias no Estado de Mato Grosso
- FUFMT – Fundação Universidade Federal de Mato Grosso

- **SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas**
- **SEPLAN - Secretaria de Estado de Planejamento e Coordenação Geral**

As unidades existentes nos Estados e no Distrito Federal possuem personalidade jurídica própria, mas desenvolvem o mesmo tipo de atendimento indicado a partir da orientação do Conselho Nacional. Essa uniformização, porém, é de caráter filosófico, já que a entidade está sempre preocupada em respeitar e valorizar as particularidades e vocações de cada região.

O objetivo é o mesmo, mas as ações podem ser diferenciadas.

Em todo o país, mais de 5 mil colaboradores diretos e cerca de 8 mil consultores e instrutores credenciados trabalham para transmitir conhecimento para quem tem ou deseja abrir um negócio.

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

Missão

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

Visão

Ter excelência no desenvolvimento das micro e pequenas empresas, contribuindo para a construção de um Brasil mais justo, competitivo e sustentável.

Como o Sebrae atua?

Com foco no estímulo ao empreendedorismo e no desenvolvimento sustentável dos pequenos negócios, o Sebrae atua em: educação empreendedora; capacitação dos empreendedores e empresários; articulação de políticas públicas que criem um ambiente legal mais favorável; acesso a novos mercados; acesso a tecnologia e inovação; orientação para o acesso aos serviços financeiros.

O atendimento do Sebrae é feito de forma individual ou coletiva e são utilizadas diversas soluções:

Informação - Pesquisas, artigos, publicações, notícias e muito mais. Informações úteis para que as micro e pequenas empresas de diferentes setores da economia encontrem tudo que precisam saber para continuar por dentro do que acontece no mundo dos negócios.

Consultoria - Com milhares de consultores espalhados pelo Brasil, o Sebrae presta consultoria em seus postos de atendimento ou diretamente nas empresas.

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

Publicações - Com publicações sobre os mais diversos temas e setores do empreendedorismo, o Sebrae ajuda quem tem ou quer abrir um negócio a buscar conhecimento, no seu ritmo e no seu tempo, seja em casa ou na própria empresa.

Eventos (Feiras, missões técnicas, seminários) – O Sebrae promove ou organiza acessos a eventos de interesse do seu propósito como agente de desenvolvimento empresarial, com objetivo de gerar impactos positivos e transformadores na gestão dos negócios.

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

Como atua a comunicação do Sebrae?

No Sebrae Nacional, a função da comunicação publicitária é, por um lado, criar e veicular campanhas de produtos e serviços oferecidos nacionalmente aos empreendedores e, por outro, levar ao conhecimento da sociedade a importância do setor e da atuação da instituição para o desenvolvimento do país. Para que isso ocorra, precisa estar atenta às ações e projetos previstos em seu planejamento plurianual e aos resultados e inovações que acontecem nas unidades estaduais.

Desse modo, a comunicação publicitária do Sebrae Nacional contribui para potencializar a visibilidade e o respaldo do SEBRAE junto a seus públicos prioritários: donos de micro e pequenas empresas, microempreendedores individuais, pequenos empreendedores rurais e potenciais empresários. Trabalha ainda com os seguintes públicos secundários: parceiros, governo, conselho deliberativo nacional e estadual, imprensa e sociedade em geral.

Nas unidades estaduais a comunicação trabalha para potencializar a mensagem nacional e também para promover eventos, produtos e serviços locais, como cursos, palestras, seminários, feiras, fóruns, inaugurações, missões técnicas nacionais e internacionais, rodadas e encontros de negócios, consultorias entre outros. Eventualmente são feitas campanhas institucionais, de acordo com estratégias locais.

Quais os setores atendidos pelo Sebrae?

Indústria:

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

São atendidos diversos setores, como têxtil e confecção, madeira e móveis, alimentos, construção civil, metal-mecânico, olaria e cerâmica, pedras e rochas ornamentais, tecnologia da informação entre outros.

Comércio e Serviços:

O Sebrae atua na capacitação dos empresários e na integração cooperativa que proporcionam qualificação, modernização e aumento da competitividade de pólos e redes de pequenos empreendimentos comerciais com interesses comuns. Essa estratégia de apoio contempla diversos segmentos do setor, como redes de pequenas mercearias e mercados, farmácias e centros gastronômicos.

Além dos segmentos tradicionais do comércio, o Sebrae incentiva setores com potencial emergente e aposta no desenvolvimento de novos negócios e formatos comerciais. É o caso do turismo, do artesanato e da economia criativa.

O setor de serviços caracteriza-se pela grande participação na geração de empregos e na influência à competitividade dos demais setores, pois congrega uma diversidade de segmentos que vai desde empresas de logística até serviços técnicos especializados.

Agronegócio:

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

Quem o Sebrae atende?

- Quem pensa em abrir seu próprio negócio: **todos os brasileiros que sonham montar a sua empresa.**
- Quem já tem seu negócio: **não importa o ramo de sua empresa ou há quanto tempo está no mercado, o Sebrae está preparado para incentivá-lo a crescer cada vez mais.**
- Quem quer ir mais longe: **soluções para as empresas que já estão consolidadas no mercado, mas não querem estacionar nos negócios.**
- Quem acredita na força da união: **incentiva a cooperação entre empresas e empreendedores, pois acredita que a união fortalece os pequenos negócios por torná-los mais competitivos.**
- Quem busca a formalização do seu negócio: **o Sebrae mostra aos empreendedores as vantagens de se ter um negócio formalizado. O microempreendedor individual (MEI) é uma das possibilidades para quem quer se formalizar.**

Conceituação dos públicos

- **Microempreendedor Individual (MEI)**: é a pessoa que trabalha por conta própria, que se legaliza como empresário e fatura no máximo até R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais) por ano e não tem participação em outra empresa como sócio ou titular;
- **Microempresas (ME)**: são empresas que auferiram, em cada ano-calendário, receita bruta igual ou inferior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais);
- **Empresas de Pequeno Porte (EPP)**: são empresas que auferiram, em cada ano-calendário, receita bruta superior a 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) e igual ou inferior a R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais);
- **Produtores rurais de pequeno porte (PR)**: Resumidamente, 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, e que faturem até R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais) por ano e possuam inscrição estadual de produtor, DAP, ou CNPJ. Soma-se a esse grupo o dos pescadores com Registro Geral da Pesca;
- **Potencial Empreendedor (PE)**: É o empregador e a pessoa que trabalha por conta própria cujo negócio não possui CNPJ (exclusive o setor agrícola). É também o indivíduo que está na fase inicial de busca de informações sobre empreendedorismo, quer empreender e necessita mais conhecimento sobre formalização, plano de negócios, inovação e tecnologia. Ideias lhe vêm à cabeça, mas ainda não sabe como colocá-las em prática, não conhece integralmente os aspectos legais do meio empresarial, precisa aprender a reduzir os riscos da abertura de um negócio próprio e como realizar algo que seja inovador. O seu propósito ainda não está muito claro: se o que lhe mobiliza é uma curiosidade ou a real possibilidade de empreender com sucesso. Precisa de informações para ganhar maior consistência e de comportamentos empreendedores para ganhar confiança e decidir qual o caminho a seguir. Em um estágio mais avançado, existe o potencial empreendedor que se encontra na fase de ideação e busca testar e validar suas ideias em negócio. Tem necessidade de estruturação da lógica do modelo de negócio: criar, entregar e capturar valor. Precisa conhecer mais sobre o planejamento prévio e sobre a dinâmica do negócio. Faltam-lhe informações sobre inovação, liderança, negociação, mercado, gestão financeira. Alguns conceitos ainda não são bem claros. Há vontade de empreender, mas precisa de respostas que lhe permitam refletir e decidir sobre a viabilidade da execução de sua ideia.

Estratégia

O Sebrae oferece soluções de fácil acesso e gestão focada em resultado para seus públicos de interesse, com excelência e transparência na aplicação dos recursos.

O Direcionamento Estratégico 2009-2015 do Sistema Sebrae é uma construção coletiva, que contou com o apoio e a participação de colaboradores das Unidades do Sebrae e representantes das instituições e da sociedade de todo o País.

O documento foi aprovado pelo Conselho Deliberativo Nacional do Sebrae e por meio dele, a instituição procura adequar-se às novas exigências dos cenários socioeconômicos, de modo a cumprir de forma sempre eficiente a missão de apoiar e desenvolver as micro e pequenas empresas brasileiras.

O Direcionamento Estratégico nasceu da necessidade de atualização para as mudanças ocorridas no cenário econômico e social do País nos últimos anos, dos resultados alcançados e das experiências acumuladas pela instituição em momento de rever estratégias e estabelecer novas prioridades institucionais:

Promover a inovação. O Sebrae atua para incentivar a cultura da inovação nas micro e pequenas empresas (MPE), buscando a ampliação dos seus canais de acesso à inovação, e desenvolvendo diretamente e por meio de parceiros, novos modelos de negócios, de gestão, de processos e produtos para serem incorporados às MPE, ampliando a sua competitividade empresarial.

O incentivo à inovação acontece com:

- Inovação tecnológica, modelos de negócio e de gestão, inclusão digital, incubadoras, parcerias com universidades, institutos de pesquisa e parques tecnológicos.

Fortalecer a cooperação entre as MPE. O Sebrae promove a cultura da cooperação e o desenvolvimento de redes empresariais e institucionais, nacionais e internacionais, com ênfase no fortalecimento de parcerias efetivas, e na formação de lideranças.

Nossas ações promovem a criação de:

- Redes, cooperativas, consórcios, associações etc

Potencializar a conquista e a ampliação de mercados. O Sebrae estimula e apoia a manutenção e a conquista de mercados, nacionais e internacionais, por meio da implantação de mecanismos de acesso ao mercado.

O que são esses mecanismos:

- Comércio eletrônico, consumo consciente, utilização de meios eletrônicos de pagamento, internacionalização (exportação e importação), certificação, rastreabilidade, responsabilidade socioambiental, cadeias produtivas de grandes empresas, redes, consórcios, cooperativas, classes C, D e E.

Orientar e capacitar em gestão, tecnologia e processos. O Sebrae reforça a importância da gestão ao oferecer produtos e serviços de excelência, presencial e a distância, que atendam às necessidades das MPE e dos empreendedores, para que possam alcançar padrões mundiais de competitividade. E atua sempre para disseminar informações sobre gestão de negócios em todas as áreas do conhecimento que sejam alavancadoras do desenvolvimento empresarial.

Nossa atuação, nesse sentido, baseia-se em:

- Empreendedorismo, gestão de MPE, formalização, inovação, mercados, inteligência competitiva, acesso a serviços financeiros, processos, tecnologia, legislação e formação de lideranças.

O Sebrae em Mato Grosso

O Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas em Mato Grosso é uma instituição privada sem fins lucrativos que oferece apoio, capacita, informa, educa e, principalmente, estimula a criação e consolidação de uma nova cultura empresarial, que valoriza o micro empreendedor individual e as micro e pequenas empresas. Tem se destacado em âmbito regional e nacional como um incentivador do empreendedorismo no Brasil, contribuindo para o desenvolvimento do setor produtivo, a geração de emprego e renda e o crescimento da economia mato-grossense.

Missão

Ser uma instituição de desenvolvimento, séria e ética, gerando alternativas de soluções para nossos clientes tornarem-se competitivos e alinhados à sustentabilidade da vida.

Visão

V1 - Seremos reconhecidos até julho de 2014 como a organização do Sistema SEBRAE que mais gera recursos próprios.

V2 - Seremos reconhecidos até julho de 2014 como uma instituição atuando com inteligência organizacional, entregando a nossos clientes nacionais e internacionais soluções que tornem seus negócios mais inovadores e sustentáveis.

V3 - Seremos reconhecidos até julho de 2014 como uma instituição atuando com inteligência organizacional, entregando a nossos clientes nacionais e internacionais soluções que tornem seus negócios mais inovadores e sustentáveis.

V4 - Seremos reconhecidos como uma organização modelo para a implantação de projetos com plena utilização dos sistemas de informação.

Nossos produtos e serviços

- Informações

Pesquisas, artigos, publicações, notícias e muito mais. Informações úteis para que as micro e pequenas empresas de diferentes setores da economia encontrem

- Orientações Empresariais

Nossos profissionais de atendimento estão capacitados para prestar informações e/ou consultorias em gestão básica para empreendimentos de menor complexidade.

Esses atendimentos podem ser feitos nas instalações do Sebrae, pelos atendentes, ou em visitas, pelos Agentes de Orientação Empresarial - AOE. Neste caso, o agente visitante faz um diagnóstico da operação, das finanças e do mercado onde a empresa atua. Com estas informações, ele produz um Plano de Ação com as soluções que devem ser implantadas.

Por suas atuações, os AOE são responsáveis pela promoção da inclusão produtiva por meio do empreendedorismo e o fomento à gestão e à competitividade das micro e pequenas empresas e dos Empreendedores Individuais.

- Consultoria

Com milhares de consultores espalhados pelo Brasil prontos para realizar uma análise completa dos negócios de nossos clientes, o Sebrae presta consultoria em suas instalações de atendimento (sede, agências ou postos) ou diretamente nas empresa.

- Cursos

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

- Cursos online

Os cursos online são soluções educacionais práticas e modernas. Ideais para quem quer planejar seu próprio horário de estudo, sem sair de casa ou do escritório.

- Publicações

Com publicações sobre os mais diversos temas e setores do empreendedorismo, o Sebrae ajuda quem tem ou quer abrir um negócio a buscar conhecimento, no seu ritmo e no seu tempo, seja em casa ou na própria empresa.

- Inovação

Contribuir para que as empresas promovam inovações em seus processos e produtos é um importante foco da atuação do Sebrae. O objetivo final é tornar os pequenos negócios mais competitivos em um mercado em constante mudança.

- Acesso a mercados

O Sebrae promove feiras, missões técnicas nacionais e internacionais, rodadas de negócios e exposições em todo o Brasil, aproximando as empresas que querem comprar, vender e gerar novos negócios. Essas ações contribuem para colocação de produtos e serviços de micro e pequenas empresas no mercado.

- Premiações

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

Como o Sebrae deseja ser visto:

- Uma instituição ao alcance das mãos, disponível para dar suporte e apoio ao empreendedor de empresas de micro e de pequeno porte, independente de sua classe social;
- Uma instituição sob medida; ao alcance de todos, confiável, amiga, que está ao lado do empreendedor;
- Uma instituição em defesa dos interesses dos pequenos negócios junto à sociedade e aos poderes públicos constituídos;
- Uma instituição voltada para a formalização e à capacitação dos Micro empreendedores Individuais.
- Uma instituição que promove desenvolvimento e dissemina conhecimento às Micro e Pequenas Empresas.
- Uma instituição que torne seus clientes mais inovadores e sustentáveis.

Quem são os parceiros do Sebrae

- Entidades que integram o Conselho Deliberativo.
- Os Poderes Executivos nos três níveis, responsáveis pela adoção de políticas públicas voltadas a fortalecer as pequenas empresas;
- Os Poderes Legislativos, apoiando-os na elaboração de leis que tornem efetivo o tratamento diferenciado;
- Os Poderes Judiciários, apresentando informações que demonstrem a missão do Sebrae em promover a inclusão empresarial e social, dentro dos princípios da justiça e da ética;
- Os formadores de opinião, intelectuais, jornalistas e lideranças;
- Instituições financeiras públicas e privadas;
- Organizações Não Governamentais, Universidades e escolas.

Sobre nosso público interno

Funcionários, consultores, terceirizados e estagiários.

Onde o Sebrae está em Mato Grosso

SEDE

CUIABÁ

Av. Historiador Rubens de Mendonça, 3999
CPA - Cuiabá/MT - CEP 78050-904
Fone: (65) 3648-1222/Fax: (65) 3648-1268

atendimento@mt.sebrae.com.br

Agências

ALTA FLORESTA

Rua A1, 101

Centro - Alta Floresta/MT - CEP 78580-000

Fone: (66) 3521-4313/Fax: (66) 3521-4316

altafloresta@mt.sebrae.com.br

BARRA DO GARÇAS

Av. Mato Grosso, 652

Centro - Barra do Garças/MT - CEP 78600-000

Fone: (66) 3401-4744/Fax: (66) 3401-1604

barra@mt.sebrae.com.br

CÁCERES

Rua Comandante Balduino, 685

Centro - Cáceres/MT - CEP 78200-000

Fone/Fax: (65) 3223-1840

caceres@mt.sebrae.com.br

CONFRESA

Av. Centro Oeste, nº 727

Vila Nova - Confresa/MT - CEP 78652-000

Fone/Fax: (66) 3564-1609

confresa@mt.sebrae.com.br

LUCAS DO RIO VERDE

Av. da Produção, nº 51 N - Setor Industrial

Lucas do Rio Verde/MT CEP 78455-000

Fone/Fax: (65) 3549-3160

lucasdorioverde@mt.sebrae.com.br

RONDONÓPOLIS

Av. Cuiabá, 560

Centro - Rondonópolis/MT - CEP 78700-090

Fone: (66) 3423-1404/ Fax: (66) 3423-2810

rondonopolis@mt.sebrae.com.br

SINOP

Av. Júlio Campos, 1.441 - Ed. Menzel Center

Centro - Sinop/MT - CEP 78550-000

Fone/Fax: (66) 3531-5222

sinop@mt.sebrae.com.br

TANGARÁ DA SERRA

Rua Antônio Hortolani, 91 N
Centro - Tangará da Serra/MT - CEP 78300-000
Fone: (65) 3326-5665 /Fax: (65) 3326-2377
tangara@mt.sebrae.com.br

Postos de atendimento

COLÍDER

Av. Tancredo Neves, 27 setor leste - Centro
Colíder/MT - CEP 78500-000
Fone/Fax: (66) 3541-4668
colider@mt.sebrae.com.br

NOVA MUTUM

Av. das Araras, nº 99 W - Centro
Nova Mutum/MT CEP 78450-000
Fone/Fax: (65) 3308-1663
novamutum@mt.sebrae.com.br

PARANAÍTA

Av. Aylton Senna, n.º 377
Centro - Paranaíta/MT - CEP 78590-000
Fone: (66) 3563-2248
telespires@mt.sebrae.com.br

PRIMAVERA DO LESTE

Rua Dom Sebastião Figueiredo, n.º 451
Jardim Primavera II - Primavera do Leste/MT - CEP 78850-000
Fone: (66) 3497-3535
primaveradoleste@mt.sebrae.com.br

Central de Relacionamento

0800-570-0800

De segunda a sexta-feira, das 7h às 19h

Canais de atendimento

Site: www.mt.sebrae.com.br

Facebook: www.facebook.com/sebraemt

Twitter: www.twitter.com/sebraemt

YouTube: www.youtube.com/sebraematogrosso

CAMPANHA A SER PRODUZIDA

EVENTO: SEMINÁRIO SEBRAE DE SUSTENTABILIDADE 2014 (fictício)

Data: 29 e 30 de Julho de 2014

Local: Centro de Eventos do Pantanal
Av. Bernardo Antônio de Oliveira Neto, s/nº - Bairro Ribeirão do Lipa – Cuiabá/MT

Público: Dirigentes e colaboradores do Sistema Sebrae, participantes do Fórum Sebrae de Sustentabilidade e Comitês Temáticos e empresários clientes do Sebrae de todo o país.

Missão do Sistema Sebrae

Promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos pequenos negócios e fomentar o empreendedorismo, para fortalecer a economia nacional.

Tema central do evento

“Liderança para a Sustentabilidade”

Introdução

A Sustentabilidade tem se colocado hoje como fator de estratégia empresarial. As empresas já perceberam que a adoção de práticas sustentáveis gera muitos benefícios, entre eles a diminuição dos desperdícios com ganhos significativos de receita, repercussão positiva do negócio, valorando positivamente a imagem da marca no mercado, aumento do número de consumidores conscientes, etc.

Diante dessa realidade, o Sebrae tem se dedicado a promover o desenvolvimento sustentável dos pequenos negócios, de modo a torná-los mais competitivos. Como parte dessa estratégia foi criado, em 2011, um centro de referência nacional sobre o assunto, chamado de “Centro Sebrae de Sustentabilidade - CSS”, na cidade de Cuiabá, capital do Estado de Mato Grosso (MT). Sua missão é atuar na prospecção e disseminação de conhecimentos e práticas em sustentabilidade, aplicados aos clientes da instituição (*microempreendedores individuais, micro e pequenas empresas, produtores rurais e potenciais empreendedores*), estimulando a melhora no nível de sua competitividade, por meio de toda a rede de atendimento nacional do Sistema Sebrae. Para abastecer a operacionalização dessa demanda, o Centro disponibiliza a todas as equipes técnicas do Sistema Sebrae conteúdos de alto nível, orientações, dicas, cartilhas, vídeos e exemplos de casos reais de empresas brasileiras que já possuem a prática da sustentabilidade como foco de gestão, como estratégia de competitividade e de acesso a novos mercados.

Todos os conteúdos são registrados em um site especializado em sustentabilidade empresarial (www.sustentabilidade.sebrae.com.br) dedicado aos pequenos negócios. Nele

estão contidos relatos de mais de 100 empresas que têm a sustentabilidade como estratégia de atuação, contribuindo para o desenvolvimento local das regiões onde estão inseridos. Como complementos desses conhecimentos, estão disponíveis também, no ambiente virtual, vídeos de algumas dessas empresas, infográficos com dicas de como inserir práticas sustentáveis em uma empresa tradicional, cartilhas e manuais. No site podem ainda ser encontradas leis, normas, certificações, calendário de eventos e notícias sobre o tema. Todo esse material tem também o objetivo de evidenciar a relevância do segmento empresarial dos pequenos negócios na agenda do desenvolvimento sustentável do País.

O Centro Sebrae de Sustentabilidade:

- **tem seu modelo de negócios concebido e aprovado em parceria com o Sebrae Nacional e sua governança é organizada e compartilhada pelo Fórum Sebrae de Sustentabilidade e os Comitês Temáticos de Gestão de Resíduos Sólidos e Eficiência Energética. Esses organismos são instâncias nacionais que se reúnem anualmente para discutir e propor novas ordens estratégicas para subsidiar o Sistema Sebrae em sua atuação no tema sustentabilidade;**
- **articulou a formação de uma rede de interlocutores em todos os estados, composta por colaboradores do Sistema, que apoiam o Centro em suas atividades, seja para formatação de novos conteúdos ou para divulgá-los em suas unidades operacionais;**
- **desenvolveu em parceria com o Sebrae Santa Catarina o SIS-Sustentabilidade, que é uma plataforma com informações qualificadas, de inteligência de mercado, para dirigentes e colaboradores do Sistema que necessitam de apoio para tomada de decisões estratégicas e atendimentos a clientes.**

Para dar maior visibilidade e acesso aos conteúdos formatados e mapeados, o CSS realiza anualmente, para um seleto público interno do Sebrae de todos os Estados, o **Seminário Sebrae de Sustentabilidade**. Com palestrantes internacionais e formato interativo, a próxima edição do evento (em 2014) terá palestras, diálogos, painéis, mostra cultural com o tema “Edificações sustentáveis com alta eficiência energética e bem estar”, e ainda a apresentação de um estande interativo do Centro.

Nessa edição o Seminário inova e abre as palestras magnas para a participação do público externo (empresários), contribuindo para acelerar o processo de multiplicação e aumentar o poder transformador dos conhecimentos.

A sede do CSS, em Cuiabá – Mato Grosso, recebe anualmente cerca de 6.000 visitas, entre elas missões e caravanas de colaboradores e empresários de vários Estados brasileiros. Em sua maioria, estão ávidos pela aprendizagem e pelas vivências práticas de sustentabilidade, rapidamente visualizadas no próprio prédio do Centro, que foi certificado pelo **Procel Edifica nível “A”**, em outubro de 2013, tornando-se também uma referência em construções sustentáveis.

Objetivos do Seminário

- Ser referência de conceitos e conteúdos de vanguarda no tema Sustentabilidade Empresarial;
- Nortear as boas práticas de sustentabilidade e dar visibilidade aos pequenos negócios;
- Influenciar as ações do Sistema Sebrae no tema sustentabilidade;
- Dar visibilidade às estratégias do Sistema Sebrae no atendimento aos pequenos Negócios;
- Prospectar demandas de atendimento nesta área junto aos participantes.

Formato do evento

- ✓ 2 dias – 29 e 30 de julho de 2014;
- ✓ Horário: das 8h às 12h e das 14h às 18h30;
- ✓ Local: Centro de Eventos do Pantanal;
- ✓ Palestras e Diálogos (Painéis)
- ✓ Público Estimado – 400 pessoas, sendo 200 Internos do Sistema Sebrae e 200 Externos (empresários).
- ✓ Palestrantes: Internacionais e Nacionais.

Programação

1 ° DIA – 29/07/2014 – Terça-feira

8:30	Recepção aos participantes com entrega de materiais
9:00	Abertura (Sebrae Nacional e Sebrae em Mato Grosso)
10:00	Palestra Magna – “Liderança para a Sustentabilidade”
12:00	Almoço (no local) (visita à mostra cultural)
14:00	Diálogos “Cidades Sustentáveis: Oportunidade para os Pequenos Negócios”. <u>1ª painel</u> 1. política nacional de resíduos sólidos – impactos e implementação da lei. 2. apresentação de caso de sucesso nacional - gestão de resíduos nas cidades. 3. apresentação de caso de sucesso internacional – estratégias de políticas públicas.

16:30	Intervalo <i>(visita à mostra cultural)</i>
17:00	<u>2º painel</u> 1. projetos de start cities: soluções inovadoras na área de energia, mobilidade, gestão da água e resíduos. 2. apresentação de caso de sucesso internacional
18:30	Encerramento <i>(coquetel com musica ao vivo no espaço da mostra cultural)</i>

2 ° DIA – 30/07/2014 – Quarta-feira

8:30	Palestra Magna – “Empreendedorismo com foco na Sustentabilidade”
10:00	Intervalo <i>(visita à mostra cultural)</i>
10:30	Diálogo “Produção e Consumo Sustentável – Avanços e Desafios para o Brasil”. 1. o perfil do consumidor 2. compras sustentáveis 3. apresentação de caso de sucesso
12:30	Almoço (no local) <i>(visita à mostra cultural)</i>
14:00	Diálogo “Certificações nos Pequenos Negócios” 1. Edificações Sustentáveis 2. selo Procel Edifica 3. certificações – Breeam, Aqua e Leed 4. apresentação de caso de sucesso - CSS
16:30	Intervalo <i>(visita à mostra cultural)</i>

17:00	Gestão Empresarial 1. ISO 26.000 – responsabilidade social 2. ISO 50.001 – gestão de energia 3. ISO 14.001 – gestão sustentável
18:30	Encerramento <i>(coquetel com musica ao vivo no espaço da mostra cultura)</i>

O DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

1. Como atingir os públicos interno e externo do Sebrae, *target* do Seminário e dos próprios conteúdos do Centro Sebrae de Sustentabilidade, fazendo-os aderir ao evento e à busca de adequações, inserindo as práticas sustentáveis em seus cotidianos, sendo:

- **Para o público interno do Sebrae (consultores e técnicos de atendimento):**

- Tornar a sustentabilidade condicionante dos atendimentos e orientações empresariais em todos os Estados;

- **Para o público externo do Sebrae (empreendedores de pequenos negócios – micro e pequenas empresas, empreendedores individuais e produtores rurais):**

- Ampliar o interesse pela busca de mais informações para adequar suas ideias de negócio e seus empreendimentos às práticas de sustentabilidade, adotando-as como diferencial mercadológico e como modelo de gestão.

2. Desejamos uma campanha com alto nível de qualidade que:

- tenha imediata ligação com a imagem do Sebrae e do Centro Sebrae de Sustentabilidade;

- seja e pareça verdadeiramente sustentável;

- seja inusitada, moderna, atual, inovadora, original, criativa;

- o *target* a considere incrível e se apaixone por ela;

- provoque engajamento ON e OFF *line*;

- permita multiplicidade de ações;

3. Peças publicitárias a serem analisadas:

a) VT de 30" (*story-board* com roteiro) – Impresso no formato máximo A3, em 4 cores e número de página de acordo com a necessidade da criação;

b) Spot de 30" (roteiro) – Impresso no formato máximo A3 e número de páginas de acordo com a necessidade da criação;

c) **Anúncio impresso (jornal ou revista)**– Leiaute em 4 cores, formato máximo A3, com marcações das medidas do anúncio;

d) **Outdoor** – Leiaute em 4 cores, formato máximo A3, com marcações das medidas;

e) **Não mídia** – Leiaute no formato máximo A3, com marcações das medidas da peça e resolução de leitura (se for o caso de impressão reduzida);

f) **Mídias Sociais** – Desdobramento da campanha para *internet*. Artes impressas no formato máximo A3.

Complemento

·A campanha deve ter chamada própria, mas respeitando o slogan do Sebrae: **Especialistas em Pequenos Negócios**;

·Plano de mídia completo para 60 (sessenta) dias de veiculação;

·Todas as peças devem respeitar o **Manual de Identidade Visual do SEBRAE**.

ANEXO II

CRITÉRIOS E PONTUAÇÃO DAS PROPOSTAS

1- DA PROPOSTA TÉCNICA E DA CAPACIDADE DE ATENDIMENTO/RELATOS

1.1. A Proposta Técnica e a Capacidade de Atendimento/Relatos deverão ser apresentadas nos Envelopes “B” , “C”, e “D” na forma prevista no item 5 e deverá atender os seguintes requisitos:

1.2. Envelope “B” – Proposta Técnica Apócrifa – Plano de Comunicação (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Idéia Criativa, Estratégia de Mídia).

1.2.1. Não será exigido, dentro do chamado *Plano de Comunicação*, o item “Repertório”, limitando-se tal *Plano* àqueles itens expressamente mencionados no item e subitem 8.2 a saber: Plano de Comunicação (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Idéia Criativa, Estratégia de Mídia)..

1.2.2. É vedado, neste Envelope e em todo o seu conteúdo, a aposição de qualquer tipo de identificação da Licitante (são vedadas inclusive etiquetas/lacres/espirais/grampos/clipes, com ou sem a marca, cores ou o logotipo do licitante), sob pena de desclassificação. Este envelope deverá ser lacrado com uso de cola branca.

1.2.3. O Plano de Comunicação (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Idéia Criativa, Estratégia de Mídia), em seu todo, não poderá ultrapassar um total de 12 (doze) laudas, assim consideradas folhas em papel A4 branco, com no máximo 30 (trinta) linhas cada, com espaçamento mínimo de 2 cm nas 4 margens, a partir da borda; fonte Arial tamanho 12; com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página, iniciando pela capa; em caderno único e sem qualquer identificação da Licitante, nem mesmo por cores ou logotipia.

1.2.4. As peças e os materiais publicitários que integram o Plano de Comunicação deverão ser apresentados soltos dentro do envelope e com formatos compatíveis com suas características, devendo adequar-se ao tamanho do invólucro, qual seja: **51cm x 75,5cm. Toda documentação do envelope de proposta apócrifa será grampeada na sessão de abertura da mesma utilizando para tanto o mesmo grampeador do SEBRAE/MT.**

Parágrafo Primeiro: As peças deverão ser numeradas na sequência do plano de comunicação utilizando o mesmo padrão de numeração (algarismos arábicos, no canto inferior direito da página).

Parágrafo Segundo: Todas as peças deverão ser entregues impressas, não sendo admitida a colocação de CD, DVD, ou qualquer outro material.

1.2.5. A quantidade e o tipo de peças que deverão constar no Plano de Comunicação estão descrito no briefing – Anexo I do presente Instrumento Convocatório. Em caso de apresentação de peças em número superior ao descrito no Briefing a proposta será desclassificada.

1.2.6 Para efeito de avaliação a licitante deverá apresentar uma campanha simulada sobre o tema hipotético “Seminário Sebrae de Sustentabilidade 2014”, com verba de R\$ 250.000,00

(duzentos e cinquenta mil reais) e duração de 30 (trinta) dias. O *briefing* que descreve as condições para realização da campanha está no Anexo I do presente Edital.

1.2.7 A proposta técnica (**Apócrifa e identificada**) consistirá de um conjunto de textos (Plano de Comunicação) e versará sobre os seguintes tópicos:

1.2.7.1 Raciocínio Básico

Composto de um texto, em que a licitante deve expressar seu conhecimento da história e da natureza institucional do SEBRAE/MT, suas principais linhas de produtos e serviços, e suas características mais significativas para a comunicação publicitária; o papel do SEBRAE/MT no atual contexto social, político e econômico; a extensão, a qualidade e as formas do relacionamento do SEBRAE/MT com seus públicos; e a acuidade de compreensão do problema específico de comunicação do SEBRAE/MT e sua correta análise e inserção no atual cenário da instituição e do setor das micro e pequenas empresas.

1.2.7.2 Estratégia de Comunicação Publicitária

Constituída de texto em que a licitante exporá o partido temático que irá fundamentar a resposta ao problema de comunicação do SEBRAE/MT, defendendo de maneira lógica e pertinente essa opção, mostrando sua adequação à natureza e à qualificação da instituição e a riqueza de desdobramentos. O texto deverá ainda evidenciar o pensamento estratégico de comunicação e apresentar seus desdobramentos e a cobertura dos públicos alvos prioritários.

1.2.7.3 Idéia Criativa

Síntese da comunicação publicitária, expressa em texto com sua defesa e acompanhada de exemplos (anexos) de peças que a corporifiquem objetivamente. O número de peças a serem apresentadas consta no Briefing anexo ao presente Edital. Esses anexos não serão contabilizados no limite de páginas do Plano de Comunicação.

1.2.7.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia

Deverá ser apresentada com texto, sendo permitida a inclusão de tabelas, que evidencie o conhecimento e análise dos hábitos de comunicação do público e a defesa da estratégia e da distribuição de mídia mais adequada para atingir o target.

1.2.7.4.1 A licitante deverá apresentar, ao final do caderno do Plano de Comunicação, como anexos que não serão contabilizados no limite de páginas, texto ou tabela em que se apresente a distribuição da verba nas rubricas de estudo e pesquisa, criação, produção e veiculação.

1.2.7.4.2 A licitante deverá apresentar, ao final do caderno do Plano de Comunicação, como anexos que não serão contabilizados no limite de páginas, o plano completo de distribuição (mapa) de mídia.

1.2.7.4.3 Na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do Plano de Mídia e Não Mídia os proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação (Inciso XI do Artigo 6º da Lei 12.232/2010).

1.2.7.4.4 As empresas, quando da elaboração da simulação do plano de mídia, bem como em qualquer outro custo apresentado na proposta técnica, 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. As tabelas deverão ser as vigentes no momento da publicação do edital

1.3 Envelope “C” – Proposta Técnica Identificada – Plano de Comunicação (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Idéia Criativa, Estratégia de Mídia).

1.3.1 O conteúdo indicado no subitem **8.3.** deverá ser acondicionado em envelope providenciado pela Licitante.

1.3.2 O Plano de Comunicação inserido nesse Envelope deverá ser exatamente de igual teor ao apresentado no Envelope “B” porém, com a identificação da licitante autora.

1.4 Envelope “D” – Capacidade de Atendimento/Relatos – (Capacidade de Atendimento, Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação e Repertório).

1.4.1. A capacidade de Atendimento, Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação e Repertório inseridos nesse Envelope, (Envelope “D”) obedecerá aos seguintes padrões: A capacidade de Atendimento, Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação e Repertório não poderá ultrapassar um total de **50 (cinquenta)** laudas, assim consideradas folhas em papel A4 branco, com no máximo 30 (trinta) linhas cada, com espaçamento mínimo de 2 cm nas 4 margens, a partir da borda; fonte Arial tamanho 12; com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página, iniciando pela capa; em caderno único e com data e assinatura na última página e rubrica nas demais.

1.4.2. De acordo com o Inciso XIII da Lei 12.232/2010 fica vedado neste envelope e em seus documentos a aposição de informações, marcas, sinais, etiquetas ou qualquer outro elemento que identifique a autoria do Plano de Comunicação constante na Proposta Técnica (Envelopes “B” e “C”) sob pena de desclassificação da licitante.

1.4.3. A capacidade de Atendimento, Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação e Repertório consistirão de um conjunto de textos e versarão sobre os seguintes tópicos:

1.4.3.1 Capacidade de Atendimento

Esse tópico, a ser abordado sob a forma de textos, sem anexos, inclui nome, quantificação e qualificação dos profissionais que serão postos à disposição do SEBRAE/MT, em Cuiabá/MT, de maneira discriminada por setor da licitante, levando em conta a estrutura mínima exigida **no inciso III, da Clausula Terceira – Das Obrigações da Contratada, Anexo IV – Minuta de Contrato e subitem 6.1.3 deste Edital** e destacando qualquer benefício extra de atendimento que será oferecido ao SEBRAE/MT durante a execução do contrato.

1.4.3.1.1 O texto trará a sistemática de atendimento, com clara indicação das obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento da licitante, incluindo prazos a serem observados desde o momento da solicitação dos serviços até sua criação, produção e veiculação. Deverá incluir ainda texto que trate das informações de marketing e comunicação a serem colocadas regularmente à disposição do SEBRAE/MT, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

1.4.3.2 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Apresentar um “Case Story”, sob a forma de texto descritivo de um problema de comunicação enfrentado, as soluções de comunicação encontradas e dos resultados alcançados. O “case” deverá ser endossado pelo respectivo anunciante, com a assinatura, identificação e dados para contato do representante daquele mesmo anunciante. **Não será**

admitida apresentação de peças para comprovação do “case story” sob pena de desclassificação.

1.4.3.3. Repertório

1.4.3.3.1 Apresentação de um conjunto de trabalhos produzidos e veiculados pela empresa participante, para anunciantes que não o Sistema SEBRAE. Sob a forma de peças publicitárias que indiquem o desempenho do proponente na prestação de serviços publicitários, sendo pelo menos 1 (um) filme de TV, 1 (um) spot de rádio, 1 (um) anúncio de jornal ou revista, 1 (uma) ação de internet – tais como banner, hotsite, marketing viral e outros, e 1 (uma) peça de “mídia externa”. Cada peça deve acompanhar documento assinado pelo anunciante responsável, com firma reconhecida, indicando onde e quando a peça foi veiculada e atestando a qualidade do trabalho da agência na execução, o qual deve ter sido realizado nos últimos 3 anos. No quesito Repertório, a licitante deve apresentar um total de 8 (oito) peças. Não é necessário apresentar ficha técnica detalhando os profissionais que participaram do mesmo. Não é necessário memória técnica. As peças poderão ser apresentadas no formato mais adequado a critério da licitante.

1.4.3.3.2 Não serão aceitos trabalhos que configurem apresentação de materiais especulativos, condenados pela Legislação da Propaganda, nem mesmo a título de exemplo ou sugestão.

1.5. A critério do SEBRAE/MT, os Planos de Comunicação das licitantes vencedoras poderão ou não vir a serem produzidos e veiculados, com ou sem modificações, na vigência do contrato.

11 - DOS CRITÉRIOS DE JULGAMENTO E CLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇO

11.1. Na apreciação das Propostas Técnicas será considerada a linha de atuação desenvolvida, sendo certo que receberá um máximo de 70 (setenta) pontos, distribuídos entre os diversos tópicos de julgamento, da seguinte forma:

11.1.1 Raciocínio Básico

Máximo de **10 (dez) pontos**, com os seguintes critérios objetivos de julgamento:

- a) Conhecimento da história e da natureza institucional do SEBRAE/MT, suas principais linhas de produtos e serviços, e suas características mais significativas para a comunicação publicitária: 2,0 (dois) pontos.
- b) O papel do SEBRAE/MT no atual contexto social, político e econômico: 2,0 (dois) pontos.
- c) A extensão, a qualidade e as formas do relacionamento do SEBRAE/MT com seus públicos: 2,0 (dois) pontos.
- d) Acuidade de compreensão do problema específico de comunicação do SEBRAE/MT e sua correta análise e inserção no atual cenário da instituição e do setor das micro e pequenas empresas: 4,0 (quatro) pontos.

11.1.2 Estratégia de Comunicação

Máximo de **15 (quinze) pontos** com os seguintes critérios objetivos de julgamento:

- a) A adequação do partido temático proposto à natureza e à qualificação do SEBRAE/MT e o seu problema específico de comunicação; 3,0 (três) pontos.

- b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa; 3,0 (três) pontos.
- c) A riqueza de desdobramentos positivos para o SEBRAE/MT. 2,0 (dois) pontos.
- d) A evidência de pensamento estratégico de comunicação e sua relação positiva com o partido apresentado e com a natureza da instituição. 2,0 (dois) pontos.
- e) A qualidade dos desdobramentos em ações de comunicação integrada e digital. 2,0 (dois) pontos.
- f) Cobertura dos públicos-alvos por meio da linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida: 3,0 (três) pontos.

11.1.3 Idéia Criativa

Máximo de **20 (vinte) pontos** com os seguintes critérios objetivos de julgamento:

- a) Sua adequação ao problema específico de comunicação do SEBRAE; 2,0 (dois) pontos.
- b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta; 2,0 (dois) pontos.
- c) A cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações; 2,0 (dois) pontos.
- d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem; 2,0 (dois) pontos.
- e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta; 2,0 (dois) pontos.
- f) Sua pertinência às atividades do SEBRAE e à sua inserção na sociedade; 2,0 (dois) pontos.
- g) Os desdobramentos comunicativos que enseja; 2,0 (dois) pontos.
- h) A exequibilidade das peças; 2,0 (dois) pontos.
- ii) A compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos. 2,0 (dois) pontos.
- j) A capacidade de síntese da estratégia de comunicação. 2,0 (dois) pontos.

11.1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia

Máximo de **10 (dez) pontos**, com os seguintes critérios objetivos de julgamento:

- a) Conhecimento dos hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação: 1,0 (um) ponto.
- b) Capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia: 2,0 (dois) pontos.
- c) Criatividade e inovação nas soluções de mídia para atingir os objetivos de comunicação: 2,0 (dois) pontos.
- d) Economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária simulado na proposta: 2,0 (dois) pontos.
- e) Integração da estratégia de mídia com a estratégia de comunicação apresentada: 1,0 (um) ponto.
- f) A pertinência, a oportunidade e a melhor alternativa demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação do SEBRAE/MT: 1,0 (um) ponto.
- g) A pertinência, a oportunidade e a melhor alternativa demonstradas no uso da mídia digital para atingir os objetivos de comunicação: 1,0 (um) ponto.

11.1.5 Capacidade de Atendimento

Máximo de **5 (cinco) pontos**, com os seguintes critérios objetivos de julgamento:

- a) A quantidade e a qualificação dos profissionais a serem colocados à disposição do SEBRAE/MT, 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/MT; 2 (dois) pontos;

b) As informações de marketing e comunicação a serem colocadas regularmente à disposição do SEBRAE/MT, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato; 1 (um) ponto;

c) A operacionalidade do relacionamento entre o SEBRAE/MT e a licitante, esquematizado na proposta; 1 (um) ponto;

d) A segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na proposta; 1 (um) ponto;

11.1.6 Relato de Soluções

Máximo de **5 (cinco) pontos**, com os seguintes critérios objetivos de julgamento:

a) Avaliação da capacidade de detectar e delimitar problemas de comunicação. 2 (dois) ponto;

b) A capacidade de equacionar e planejar uma solução efetiva de comunicação. 1 (um) ponto;

c) A evidência de perfeita concatenação entre causa e efeito. 1 (um) ponto;

d) A capacidade de medir adequadamente os resultados. 1 (um) ponto;

11.1.7 Repertório

Máximo de 5 (cinco) pontos, com os seguintes critérios objetivos de julgamento:

a) A idéia criativa e sua pertinência; 2 (dois) pontos;

b) A clareza da exposição; 2 (dois) pontos;

c) A qualidade da execução e do acabamento; 1 (um) ponto;

11.2. A pontuação final de cada Proposta Técnica será definida pela soma das notas atribuídas a cada um dos fatores relacionados acima, completando o total de 70 (setenta) pontos.

11.3. A Comissão apresentará relatório sucinto e fundamentado de seu trabalho, devidamente assinado por seus integrantes, atribuindo e justificando notas às Propostas Técnicas Apócrifas e a Capacidade de Atendimento/Relatos devendo, para tanto, numerá-las, a fim de posteriormente identificá-las em correspondência com as Propostas Identificadas.

11.4. A Comissão Permanente de Licitação procederá, então, à abertura dos envelopes “C” contendo as PROPOSTAS TÉCNICAS IDENTIFICADAS e classificará as empresas licitantes de acordo com a pontuação obtida nas avaliações das Propostas.

11.5. Divulgada a classificação das Propostas Técnicas, serão designados dia e hora para abertura dos envelopes contendo as Propostas de Preços das licitantes classificadas tecnicamente.

11.6. Na sessão pública designada serão abertos os envelopes “E” com as Propostas de Preço, que serão rubricados pelos membros da Comissão e pelos licitantes presentes.

11.7. A classificação das Propostas de Preços será feita mediante a atribuição de notas para cada um dos quesitos a serem valorados, conforme a seguinte tabela:

DESCONTO/HONORÁRIOS/ REPASSE	NOTAS (N)
------------------------------	-----------

Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de MATO GROSSO	DESCONTO IGUAL A 0,0% $N = 0,0\%$ DESCONTO SUPERIOR A 0,0% $N = 0,05 \times \text{DESCONTO}$
Percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, cuja utilização pelo SEBRAE/MT proporcione à agência o desconto padrão de agência a ser concedido por veículos de divulgação	HONORÁRIOS IGUAIS OU SUPERIORES A 15% $N = 0,0$ HONORÁRIOS INFERIORES A 15% $N = 0,5 \times (15,0 - \text{HONORÁRIOS})$
Percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, cuja utilização pelo SEBRAE/MT não proporcione à agência o desconto padrão de agência a ser concedido por veículos de divulgação	HONORÁRIOS IGUAIS OU SUPERIORES A 15% $N = 0,0$ HONORÁRIOS DE 7,5 A 15% $N = 1 \times (15,0 - \text{HONORÁRIOS})$
Percentual de repasse do desconto padrão de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação	REPASSE IGUAL 0,0% $N = 0,0$ REPASSE SUPERIOR A 0,0%, ATÉ 5,0% $N = 2,0 \times \text{REPASSE}$ REPASSE SUPERIOR A 5,0% $N = 10$
DESCONTO/HONORÁRIOS/ REPASSE (TOTAL)	NOTAS (N)

a) 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 “ % “; b) as notas serão calculadas com, no máximo, uma casa decimal, sem arredondamento.

11.8. 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 até 30 (trinta) pontos.

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

11.10. Não se considerará, como critério de classificação e nem de desempate das propostas, qualquer oferta de vantagem não prevista neste Edital.

11.11. A Comissão Permanente de Licitação adjudicará o objeto da licitação às proponentes que obtiverem a maior pontuação na Nota Final, calculada através da soma simples das Notas Técnicas e de Preço, conforme a seguinte expressão:

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

11.23. Em caso de empate, no resultado geral das propostas, terá preferência a empresa que, na ordem a seguir, sucessivamente:

- a) obtiver a maior nota no quesito Ideia Criativa;
- b) obtiver a maior nota no quesito Estratégia de Comunicação Publicitária;
- c) obtiver a maior nota no quesito Estratégia de Mídia;
- d) obtiver a maior nota no quesito Raciocínio Básico.

11.24. 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.

11.25. Para efeito de contrato, será considerada pelo SEBRAE/MT apenas a melhor proposta de preço apresentada por uma das duas vencedoras, devendo as demais empresas aderirem à melhor condição comercial ou desistir do objeto, abrindo sua vaga para a próxima empresa classificada no processo licitatório e assim sucessivamente até completar o número de duas empresas.

ANEXO III

MODELO DE DECLARAÇÃO DE MICROEMPRESA OU EMPRESA DE PEQUENO PORTE

[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], inscrita no CPF sob o nº [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 nº 123, de 14 de dezembro de 2006, estando apta a fruir os benefícios e vantagens legalmente instituídas por não se enquadrar em nenhuma das vedações legais impostas pelo § 4º do art. 3º da Lei Complementar nº 123/2006.

Local e Data

Nome e Assinatura do Representante Legal

ANEXO IV

(usar papel timbrado da empresa)

MODELO DE DECLARAÇÃO

_____, (nome da empresa), inscrita no CNPJ sob o nº _____, por intermédio de seu representante legal o (a) Sr (a) _____, portador (a) da Carteira de Identidade nº _____ e do CPF nº _____, **DECLARA** para fins do disposto no inciso V do art. 27 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, acrescido pela nº 9.854, de 27 de outubro de 1999, **que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 anos.**

Ressalva: emprega menor, a partir de 14 anos, na condição de aprendiz ()

OBS: em caso afirmativo assinalar a ressalva acima.

_____, ____ de _____ de 2014.

Assinatura do Representante Legal da Empresa

OBSERVAÇÃO - A presente declaração **deverá** estar contida no envelope 1 "Documentos de Habilitação", depois de elaborada em papel timbrado do licitante e devidamente assinada.

ANEXO V

(usar papel timbrado da empresa)

MODELO DE DECLARAÇÃO

_____, (nome da empresa) _____, inscrita no CNPJ sob o nº _____, por intermédio de seu representante legal o (a) Sr (a) _____, portador (a) da Carteira de Identidade nº _____ e do CPF nº _____, **DECLARA** para fins do disposto no inciso V do art. 27 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, acrescido pela nº 9.854, de 27 de outubro de 1999, **não emprega trabalho forçado ou análogo ao escravo.**

_____, ____ de _____ de 2014.

Assinatura do Representante Legal da Empresa

OBSERVAÇÃO - A presente declaração **deverá** estar contida no envelope 1 “Documentos de Habilitação”, depois de elaborada em papel timbrado do licitante e devidamente assinada.

ANEXO VI

Minuta do Contrato de Prestação de Serviços, que entre si celebram o SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO ESTADO DE MATO GROSSO E ...

PARTES:

I. SERVIÇO BDE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO ESTADO DE MATO GROSSO, doravante designado **SEBRAE/MT**, ...;

II. [Dados da Contratada], doravante designada **CONTRATADA**, [natureza jurídica], com sede [endereço] , inscrita no CNPJ/MF sob o nº. [...], neste ato representada, de acordo com o Contrato Social, pelo sócio [nome do representante legal] , portador da Carteira de Identidade nº. [...], expedida pelo [...], e inscrito no CPF/MF sob nº. [...].

DO FUNDAMENTO LEGAL

A presente contratação decorre de processo de Licitação promovida pela Concorrência n.º 05/2013, com base no Regulamento de Licitações e de Contratos do Sistema SEBRAE, (Resolução CDN n.º 213 de 18 de maio de 2011, publicada no DOU de 26 de maio de 2011), que integra este Contrato, além do edital e seus anexos e que as partes declaram conhecer e aceitar.

CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO

O objeto do presente instrumento é a **Contratação, sob demanda, de empresas especializadas para a prestação de serviços profissionais de publicidade e propaganda, em todos os meios de comunicação, e de apoio às atividades de Comunicação e Marketing para o SEBRAE em Mato Grosso incluindo, dentre outros e conforme a necessidade, produção e acompanhamento de peças gráficas e eletrônicas; estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução, intermediação e supervisão da execução externa, distribuição e controle de veiculação de planos, projetos, programas e campanhas publicitárias institucionais e mercadológicas, para produtos, serviços e eventos do SEBRAE/MT, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral, dentre outros, a serem prestados por 02 (DUAS) Agências de Propaganda**, descritos no Item 2 do Instrumento Convocatório – Concorrência n.º 005/2013 abaixo transcritos:

ITEM 2 DO OBJETO

2.1 ...

- a. Aquisição de fotos de bancos de imagem;
- b. Assessoramento, apoio ao planejamento e execução de teleconferências e videoconferências e outras modalidades de eventos com transmissão via satélite e demais serviços destinados ao atendimento das necessidades de comunicação do SEBRAE/MT;
- c. Assessoramento, apoio ao planejamento, criação, elaboração e desenvolvimento de ações de endomarketing e comunicação interna;

- d. Assessoramento, apoio e execução de ações de promoção e patrocínio de eventos e de marketing;
- e. Assessoramento, apoio, criação e realização de campanhas publicitárias e de Educação via Rádio;
- f. Contratação de empresas especializadas em pesquisas qualitativas e/ou quantitativas pré e/ou pós campanha para identificar conhecimento da marca/produtos/serviços do SEBRAE/MT; lembrança / conhecimento, por parte do *target*, de campanhas do SEBRAE/MT veiculadas; entendimento da mensagem veiculada nas campanhas; desenvolvimento de indicadores ou índices que permitam monitorar a efetividade das campanhas veiculadas;
- g. Contratação de atores, modelos, músicos e outros personagens e artistas vinculados à campanha publicitária;
- h. Controle das inserções publicitárias (mídias contratadas) deverá ser feito através de relatório mensal com comprovação das veiculações;
- i. Criação de *namings* (nomes);
- j. Criação de papelaria;
- k. Criação de sites;
- l. Criação de textos publicitários; redação publicitária, bem como revisão de texto, gramatical e ortográfica;
- m. Criação e produção de Manuais de Identidades Visuais;
- n. Criação e produção e/ou impressão de peças gráficas e eletrônicas e peças promocionais;
- o. Criação e produção de projetos de feiras, estandes e eventos, que tenham como propósito promover a marca, as unidades operacionais, os programas, projetos, ações, atividades, bem como os produtos e serviços do Sebrae;
- p. Criação e produção de projeto de comunicação visual e sinalização para veículos, feiras, estandes e eventos, tais como a concepção visual e elaboração de peças.
- q. Criação, produção e veiculação de vídeos;
- r. Criação, produção e veiculação de spots de áudios;
- s. Desenvolvimento de todas as peças publicitárias relacionadas às campanhas (mídia ou não mídia), incluindo direção de arte, criação e finalização dos materiais, bem como envio dos arquivos finais aos fornecedores e empresas gráficas, mídias e outras;
- t. Editorial – criação, layout, finalização e produção/impressão de capas, projetos gráficos, editoração, finalização e produção/impressão de livros, cartilhas, cadernos, agendas, revistas, informativos, boletins, jornais, catálogos, portfólios, em meios impressos e/ou digitais, atendendo também as necessidades técnicas de criação e/ou adaptação para as novas mídias, como os aplicativos para *smartphones* e *tablets*;

- u. Elaboração e desenvolvimento de marcas, expressões de propaganda, logotipos, símbolos, ilustrações, estampas e outros elementos de programação e identidade visual, bem como suporte no registro de sua propriedade pelo SEBRAE/MT;
- v. Elaboração e desenvolvimento de plano estratégico e tático de mídia, incluindo pesquisa, levantamento e estudo do *target* (público-alvo), análise de concorrência, estudo, definição e negociação de verba para contratação dos meios de publicidade e plano de mídia/divulgação;
- w. Elaboração, planejamento e desenvolvimento de campanhas publicitárias;
- x. Planejamento, produção, seleção, curadoria e tratamento de fotos publicitárias para todas as finalidades de comunicação institucional, comercial e mercadológica do Sebrae/MT;
- y. Estudo do conceito, identificação e análise de ideias, marcas, produtos ou serviços a difundir, incluindo a identificação e análise de suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas aos seus públicos e, quando for o caso, ao seu mercado e à sua concorrência;
- z. Criação, produção e finalização de ilustração de editorial, com personagem, cartaz, selo, vinheta, infográfico (inclui mapa e diagrama) e outras formas inovadoras para essa finalidade;
- aa. Planejamento, concepção, criação de mensagens e peças para comunicação digital: para websites, telefonia móvel (*smartphones* e *tablets*), e-mail marketing, redes sociais, dentre outras, e posterior desenvolvimento, realização, produção e implementação do material aprovado;
- bb. Planejamento, criação, desenvolvimento e execução de formas inovadoras de comunicação social publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias;
- cc. Definir estudo, conceitos, estratégias e táticas de *branding* (gestão de marca) para que todas as soluções de comunicação publicitária garantam que as marcas do Sebrae e de seus produtos e serviços tenham uma forma única e coerente de se expressar, buscando o encontro ou reencontro da instituição com sua motivação original, sua alma, sua singularidade.

2.1.1 Os prazos para execução dos serviços provenientes desta licitação serão:

NÚMERO	PRODUTO	PRAZO
16.	Criação e apresentação de campanhas publicitárias com pelo menos duas propostas criativas	Até 4 dias úteis
17.	Finalização e entrega de campanhas publicitárias	Até 3 dias úteis
18.	Criação de mídia eletrônica (spots, vts e outros) com duração de até 60 segundos.	Até 2 dias úteis
19.	Produção de mídia eletrônica (spots, vts e outros)	Até 2 dias úteis

	com duração até 60 segundos.	
20.	Criação de roteiro para mídia eletrônica (spots, vts e outros) com duração acima de 60 segundos.	Até 4 dias úteis
21.	Produção de mídia eletrônica (spots, vts e outros) com duração acima de 60 segundos.	Até 3 dias úteis
22.	Criação gráfica simples	Até 2 dias úteis
23.	Criação gráfica complexa	Até 8 dias úteis
24.	Impressão gráfica simples	Até 3 dias úteis
25.	Impressão gráfica complexa	Até 8 dias úteis
26.	Diagramação, editoração e finalização gráfica e eletrônica simples	Até 5 dias úteis
27.	Diagramação e editoração e finalização gráfica e eletrônica complexa	Até 10 dias úteis
28.	Criação de <i>naming</i> , marcas, expressões de propaganda, logotipos, símbolos, ilustrações, estampas e outros elementos de programação e identidade visual	Até 6 dias úteis
29.	Elaboração de pareceres técnicos de mídias	Até 02 dias úteis
30.	Elaboração de relatórios técnicos de campanhas e projetos de comunicação, em formato de apresentação	Até 03 dias úteis

VI.A criação deverá, quando necessário, contemplar o projeto gráfico.

VII.A definição das peças simples e complexas caberá ao SEBRAE/MT

VIII.Os prazos acima serão contados a partir da data de solicitação e do briefing encaminhados pela Unidade de Marketing e Comunicação à licitante. A ampliação do prazo de entrega, quando necessária, será discutida e aprovada pela Unidade de Marketing e Comunicação do SEBRAE/MT.

IX.O atendimento presencial ao SEBRAE/MT deverá ser imediato (em até 120 minutos) após a solicitação dos serviços, e os prazos para realização dos mesmos deverão seguir orientações do SEBRAE/MT.

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

Parágrafo Único: A execução dos serviços a seguir listados, inclusive outros que se incluam no âmbito de atuação das agências de publicidade, constituirá mera expectativa em favor da contratada, pelo que poderá o SEBRAE contratá-los com outras empresas, não cabendo direito de preferência.

CLÁUSULA SEGUNDA - DAS INCIDÊNCIAS FISCAIS

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

CLÁUSULA TERCEIRA - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

Sem prejuízo das disposições contidas na Concorrência nº 005/2013 e seus anexos, a CONTRATADA fica obrigada a:

I. Comprovar, a qualquer momento, o pagamento dos tributos que incidirem sobre a execução dos serviços prestados.

II. Dedicar seu melhor esforço e trabalhar em estreita colaboração com o SEBRAE/MT, de modo a assegurar que o plano publicitário 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 idéia.

III. A CONTRATADA que não possuir escritório em Cuiabá/MT, com equipe completa para prestar os serviços objeto deste contrato, deverá constituir um, em até 30 dias após a data de assinatura do contrato, com infra-estrutura adequada para a execução do objeto do CONTRATO, assim **minimamente** definida:

- a) 1 (um) Diretor(a) de Conta
- b) 1 (um) Profissional de Atendimento exclusivo para a conta
- c) 1(uma) Dupla de Criação com experiência de mercado de no mínimo 3 anos
- d) 1(um) Profissional de Criação/Produção para Comunicação Digital e Web.
- e) 1 (um) Profissional de Mídia com experiência de mercado de no mínimo 3 anos
- f) 1 (um) Profissional de Produção com experiência de mercado de no mínimo 3 anos
- g) 1 (um) Profissional de Planejamento com experiência de mercado de no mínimo 3 anos
- h) 1 (um) Arte-Finalista / Montador com experiência de mercado de no mínimo 3 anos
- i) 1 (um) Executivo Administrativo-Financeiro
- j) 1(um) Profissional de Criação/Produção para Comunicação em Redes Sociais (Social mídia).

IV. A CONTRATADA indicará o seu Profissional de Atendimento, referido na alínea “b” acima, em até uma semana após a data de assinatura do contrato, para atendimento às demandas do SEBRAE/MT.

V. Responsabilizar-se pelos danos causados ao SEBRAE/MT ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo na execução do Contrato.

VI. Responsabilizar-se por quaisquer acidentes de que possam ser vítimas seus empregados e prepostos, quando nas dependências do SEBRAE/MT, ou em qualquer outro local onde estejam prestando os serviços objeto deste Contrato, devendo adotar as providências que, a respeito, exigir a legislação em vigor.

VII. Solucionar todos os eventuais problemas pertinentes ou relacionados com a execução dos serviços objeto do Contrato, mesmo que para isso outra solução não prevista neste tenha que ser apresentada, para aprovação e implementação, sem ônus adicionais para o SEBRAE/MT.

VIII. Responsabilizar-se por todas as despesas com materiais, mão-de-obra, transportes, hospedagem, equipamentos auxiliares, máquinas em geral, impostos, seguros, taxas, tributos, incidências fiscais e contribuições de qualquer natureza ou espécie, trabalhistas, previdenciárias, salários, custos diretos e indiretos, encargos sociais e quaisquer outros encargos necessários à perfeita execução do objeto deste Contrato.

IX. Cumprir, fielmente as obrigações assumidas, de modo a que os serviços contratados se realizem com esmero e perfeição, executando-os sob sua inteira responsabilidade.

X. Manter entendimento com o SEBRAE/MT, objetivando evitar interrupções ou paralisações na execução dos serviços.

XI. Atender às determinações da fiscalização do SEBRAE/MT.

XII. Realizar – com seus próprios recursos ou, ou quando necessário, mediante a contratação de terceiros – todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pelo SEBRAE/MT.

XIII. Submeter à aprovação prévia do SEBRAE a subcontratação parcial dos serviços, objeto deste contrato, para sua anuência ou não por escrito, ressaltando-se que a contratada permanecerá com todas as suas responsabilidades contratuais perante o SEBRAE/MT.

XIV. Centralizar o comando da publicidade do SEBRAE/MT em Cuiabá/MT, onde, para esse fim, manterá escritório.

XV. A CONTRATADA deverá comprovar, no prazo máximo de trinta dias corridos, a contar da data de assinatura deste instrumento, que possui, em Cuiabá-MT, instalações e estrutura de atendimento, observando os quantitativos mínimos estabelecidos no inciso III desta cláusula.

XVI. Somente poderão ser utilizadas as instalações e estrutura de terceiros com a autorização prévia do SEBRAE.

XVII. Utilizar os profissionais indicados em sua proposta técnica para fins de comprovação da capacidade de atendimento na elaboração dos serviços objeto deste contrato, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovado pelo SEBRAE/MT.

XVIII. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações junto a terceiros e transferir, integralmente, ao SEBRAE/MT descontos especiais (além dos normais, previstos em tabelas), bonificações, reaplicações, prazos especiais de pagamento e outras vantagens. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido ao SEBRAE/MT, caso este venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

XIX. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos parágrafos primeiro e segundo da Cláusula Oitava (Da Remuneração), para os direitos autorais e imagem e som de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias do SEBRAE/MT.

XX. Fazer cotação de preços para todos os serviços de terceiros e apresentar, no mínimo, três propostas, com a indicação da mais adequada para sua execução. Se não houver possibilidade de obter três propostas, a CONTRATADA deve apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.

XXI. Obter aprovação prévia do SEBRAE/MT, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.

XXII. Submeter a contratação de terceiros, para a execução e serviços objeto deste contrato, à previa e expressa anuência do SEBRAE. Nesses casos, a CONTRATADA permanece com todas as suas responsabilidades contratuais perante o SEBRAE/MT.

XXIII. 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 comunicar ao SEBRAE/MT esse vínculo e obter sua aprovação.

XXIV. Produzir, de início, após a respectiva aprovação do serviço pelo SEBRAE/MT, cópias de filmes para TV, spots para rádio e jingles, inclusive em sistema profissional solicitado pelo SEBRAE/MT, fotolito e provas de fotolito de peças para mídia impressa, bem como cópias de peças desenvolvidas para outras mídias.

XXV. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pelo SEBRAE/MT.

XXVI. No caso de necessidade de segunda tiragem, o SEBRAE/MT poderá, a seu critério, optar pela contratação junto a terceiros, sob sua própria orientação.

XXVII. A quantidade de material a ser utilizado na veiculação só será definida após a aprovação da mídia pelo SEBRAE e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no inciso XXI anterior.

XXVIII. Entregar ao SEBRAE, até o dia 10 do mês subsequente, um relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e um relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para uma avaliação de seu estágio.

XXIX. Registrar em Relatórios de Atendimento todas as reuniões e de serviço entre o SEBRAE/MT e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambas tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

XXX. Esses relatórios deverão ser enviados pela CONTRATADA ao SEBRAE até o prazo máximo de dois dias úteis após a realização do contato.

XXXI. Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, o SEBRAE solicitará a necessária correção, no prazo máximo de dois dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.

XXXII. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do SEBRAE/MT, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por terceiros por ela contratados.

XXXIII. Só divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolva o nome do SEBRAE/MT, mediante sua prévia e expressa autorização.

XXXIV. Prestar esclarecimentos ao SEBRAE/MT sobre eventuais atos ou fatos noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

XXXV. Submeter previamente ao SEBRAE/MT a eventual caução ou utilização deste contrato em qualquer operação financeira.

XXXVI. Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste.

XXXVII. Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado

causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

XXXVIII. Cumprir a legislação trabalhista com relação a seus funcionários, e quando for o caso, com relação a funcionários de terceiros contratados.

XXXIX. 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.

XL. Apresentar, quando solicitado pelo SEBRAE/MT, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

XLI. 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 SEBRAE/MT.

XLII. Em casos de contratação de terceiros para execução, total ou parcial, de serviços estipulados neste instrumento, exigir dos eventuais contratados, no que couber, as mesmas condições do presente contrato.

XLIII. Na terceirização de serviços, subcontratar, até 30% do valor de cada serviço, micro e pequenas empresas ou empresas de pequeno porte, assim entendidas, aquelas definidas em Lei. Se não houver possibilidade da referida subcontratação a CONTRATADA deve apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.

XLIV. O percentual de até 30% para subcontratação de micro e pequenas empresas ou empresas de pequeno porte poderá ser ultrapassado a critério da CONTRATADA;

XLV. 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 SEBRAE/MT.

XLVI. A infração ao dispositivo anterior implicará a rescisão imediata deste contrato e sujeitará a CONTRATADA às penas da Lei nº 9.279, de 14.05.96, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.

XLVII. Responder perante o SEBRAE/MT e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de sua omissão, na condição dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou por erro seu em quaisquer serviços objeto deste contrato.

XLVIII. 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 SEBRAE/MT.

XLIX. 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 do presente contrato.

L. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar o SEBRAE/MT e de mantê-lo a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará o SEBRAE/MT das importâncias que

este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de dez dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

LI. Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção da propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato.

CLÁUSULA QUARTA - DAS OBRIGAÇÕES DO SEBRAE/MT

Constituem obrigações do SEBRAE/MT, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

I. Comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de vinte e quatro horas úteis.

II. Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços.

III. Notificar, formal e tempestivamente a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato.

IV. Notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

CLÁUSULA QUINTA - DA FISCALIZAÇÃO

A CONTRATADA obriga-se a fornecer ao SEBRAE/MT, toda e qualquer informação que lhe seja solicitada sobre o objeto deste Contrato, bem como facilitar a fiscalização na execução dos serviços contratados.

§1º A Unidade de Marketing e Comunicação ou preposto expressamente indicado exercerá a fiscalização sobre os serviços, objeto deste Contrato, cabendo-lhe:

I. decidir pela aceitação ou não das soluções e dos serviços apresentados;

II. exigir o fiel cumprimento de todos os requisitos deste Contrato e da proposta apresentada, avaliando, também, a qualidade dos serviços apresentados, podendo rejeitá-los no todo ou em parte;

III. notificar a CONTRATADA sobre as irregularidades ou falhas que porventura venham a ser detectadas na execução deste contrato.

IV. aprovar formalmente, antes da execução, os serviços solicitados;

V. emitir o Termo de Aceite a cada fatura apresentada ou rejeitá-la quando da sua não-aceitação, com exposição de motivos;

VI. solicitar a substituição de qualquer empregado da CONTRATADA que apresente comportamento incompatível na prestação dos serviços objeto do presente Contrato;

VII. realizar, semestralmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela CONTRATADA, da diversificação dos serviços prestados e dos benefícios decorrentes da política de preços por ela praticada;

§2º A avaliação semestral será considerada pelo SEBRAE para aquilatar a necessidade de solicitar à CONTRATADA que melhore a qualidade dos serviços prestados; para decidir sobre a conveniência de prorrogar ou, a qualquer tempo, rescindir o presente contrato; para

fornecer, quando solicitado pela CONTRATADA, declarações sobre seu desempenho, a fim de servir de prova de capacitação técnica em licitações.

§ 3º A fiscalização do SEBRAE não diminui nem substitui a responsabilidade da CONTRATADA, decorrente de obrigações aqui assumidas.

CLÁUSULA SEXTA – DO PRAZO DE EXECUÇÃO E VIGÊNCIA ADMINISTRATIVA

O prazo de execução do presente contrato para execução dos serviços será de 12 (doze) meses a contar da data da sua assinatura, podendo ser prorrogado, por igual período ou fração, por interesse das partes.

§ 1º Em havendo necessidade, o presente instrumento poderá, também ser prorrogado, para cumprimento das obrigações assumidas entre as partes.

§ 2º O instrumento que regulará as alterações e ou prorrogações contratuais será o “Termo Aditivo”.

§ 3º A prorrogação de prazo, quando for o caso, obedecerá ao limite disposto no § Único do Artigo 26 do Regulamento de Licitações e de Contratos do Sistema Sebrae.

O presente contrato vigorará, administrativamente, para pagamentos e ultimações, da data de assinatura até o dia __/__/2015.

CLÁUSULA SÉTIMA – DO VALOR DO CONTRATO

O valor global estimado para gastos com os serviços contratados, pelo período de 12 meses será de R\$ 4.000.000,00 (quatro milhões de reais).

§ 1º O valor estimado deste contrato poderá ser revisto, nos casos de alteração na política econômica e/ou de revisão no orçamento do SEBRAE/MT.

§ 2º A estimativa de R\$ 4.000.000,00 (quatro milhões de reais) constitui-se em mera previsão dimensionada, não estando o SEBRAE/MT obrigado a realizá-la em sua totalidade, e não cabendo à CONTRATADA o direito de pleitear qualquer tipo de reparação.

CLÁUSULA OITAVA – DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

As despesas decorrentes deste contrato correrão por conta do orçamento do Sebrae/MT, ano 2014/2015.

Parágrafo Único - Em ocorrendo alteração e ou prorrogação do Contrato, conforme previsão contida na Cláusula Sexta deste instrumento, o SEBRAE consignará em seu orçamento, as dotações orçamentárias necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

CLÁUSULA NONA – DO AMPARO LEGAL

O presente instrumento está amparado, no que couber, pelo Regulamento de Licitações e de Contratos do Sistema Sebrae.

CLÁUSULA DÉCIMA – DA REMUNERAÇÃO

I - Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada conforme condições da proposta de preços apresentada por ocasião da participação na Concorrência n.º 005/2013.

II - As despesas decorrentes de deslocamentos de profissionais da CONTRATADA ou de seus representantes, serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse do SEBRAE/MT serão discutidas caso a caso.

III - A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pelo SEBRAE/MT, de créditos que a este tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.

IV - As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas, no interesse do SEBRAE/MT, quando da alteração ou da prorrogação deste contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DO DESCONTO DA AGÊNCIA

Além da remuneração prevista na Cláusula Décima, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência – à base de um percentual bruto de 20% (vinte por cento) dos preços de tabela ou dos preços acertados para veiculação, prevalecendo sempre o menor dos dois – a ser concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4680/65 e com o art. 11 do Regulamento da Lei nº 4680/65, aprovado pelo Decreto nº 57.690/66 e alterado pelo Decreto nº 2.262/97.

§ 1º Dos 20% (vinte por cento) de desconto de agência a que faz jus, a CONTRATADA repassará ao SEBRAE, sob a forma de desconto, o equivalente a xxx (xxx%) pontos percentuais e permanecerá com os restantes xxx (xxx%) pontos percentuais, no ato de pagamento de cada uma das respectivas faturas, conforme previsto na Cláusula Décima deste Contrato.

§ 2º As partes renegociarão, no interesse do SEBRAE, esse percentual de repasse, nos casos de alteração ou de prorrogação deste contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DA FORMA DE PAGAMENTO

Os pagamentos serão efetuados, diretamente em conta bancária indicada pela empresa vencedora, até a data do vencimento do compromisso, após a emissão do Termo de Aceite emitido pela fiscalização do SEBRAE/MT, mediante apresentação das Notas Fiscais - Fatura ou Fatura com a respectiva nota Fiscal, e uma via do documento fiscal do fornecedor com o comprovante do respectivo serviço, da seguinte forma:

I - Veiculação: mediante apresentação dos documentos de cobrança, tabelas de preços dos veículos e respectivos comprovantes de veiculação, em até trinta dias após o mês da veiculação;

II - Produção: mediante apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas, e respectivos comprovantes, em até trinta dias após o mês de produção;

III - Outros serviços de terceiros: mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança e respectivos comprovantes, nos vencimentos previamente ajustados com a SEBRAE.

§ 1º Os documentos de controle (Notas Fiscais/Fatura) deverão ser apresentados juntamente com a Certidão Negativa de Débitos para com a Seguridade Social e Certificado de Regularidade de Situação para com o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS

§ 2º Os pagamentos a terceiros por serviços prestados, incluídos os de veiculação, serão efetuados, pela CONTRATADA, nos prazos e condições previamente aprovados pelo SEBRAE/MT e expressos pelos fornecedores em seus documentos fiscais.

§ 3º Serão suspensos os pagamentos se:

- I) no ato da atestação os serviços não estiverem sendo prestados de acordo com o proposto, aceito e contratado;
- II) as notas fiscais/faturas contiverem incorreções de qualquer ordem. 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 acréscimo

§ 4º 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.

§ 5º O SEBRAE/MT fará o desconto ou recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigado pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar, obedecidos os prazos legais

§ 6º O SEBRAE/MT 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.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DAS PENALIDADES

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

- I) advertência;
- II) multa de 10% (dez por cento) sobre o valor da verba estimada do Contrato, no caso de inexecução total;
- III) multa de 0,5 (cinco décimos por cento) sobre o valor do serviço em atraso por dia, limitado a 30 (trinta) dias, calculada sobre o valor total do serviço, contados a partir do primeiro dia útil após a data fixada para entrega;
- IV) rescisão unilateral do Contrato a critério do SEBRAE/MT, na hipótese de ocorrer:

- a) o previsto no inciso II;
- b) a extrapolação dos 30 (trinta) 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/MT;

VI) pela aplicação das penalidades acima, caberá, ainda, a critério do SEBRAE/MT, suspensão temporária do direito de contratar com o Sistema SEBRAE, por prazo de até 2 (dois) anos.

§ 1º As multas serão descontadas dos pagamentos a que a CONTRATADA fizer jus, ou recolhidas diretamente à tesouraria do SEBRAE, no prazo de até 15 (quinze) dias corridos, contados a partir da data de sua comunicação, ou, ainda, quando for o caso, cobradas judicialmente.

§ 2º Para a aplicação das penalidades aqui previstas, a CONTRATADA será notificada para apresentação de defesa prévia, no prazo de até 5 (cinco) dias úteis, contados a partir da notificação.

§ 3º As penalidades previstas neste Contrato são independentes entre si, podendo ser aplicadas isolada ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DOS DIREITOS AUTORAIS

Na execução deste contrato, deverão ser atendidos os preceitos contidos na Lei 9.610 de 19.02.1998, em especial o que se segue:

I. A CONTRATADA cede ao SEBRAE/MT, 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.

a. O valor dessa cessão é considerado incluso nas modalidades de remuneração definidas nas cláusulas Sétima e Nona deste Contrato, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do presente Contrato.

b. O SEBRAE/MT poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência deste contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA.

II. Em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros, a CONTRATADA solicitará de cada contratado dois orçamentos para execução do serviço, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que o SEBRAE/MT escolha uma das opções.

a. Quando o SEBRAE/MT 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 terceiros – para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços – cláusulas escritas que:

i. 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, produção e direção, a composição, arranjo e execução de trilha sonora, as matrizes, os fotolitos e demais trabalhos assemelhados;

ii. Estabeleçam que o SEBRAE/MT poderá, a seu juízo utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência deste contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

b. Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão – definitiva ou por tempo limitado – será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

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

IV. A critério do SEBRAE/MT, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas no Sistema ou por quaisquer dos seus parceiros, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA.

V. A CONTRATADA entregará ao SEBRAE todos os materiais e produtos adquiridos em decorrência do presente CONTRATO, com as licenças correspondentes devidamente certificadas com os documentos pertinentes e obrigatórios, cedendo ainda os direitos autorais, marcas e patentes a eles vinculados, de forma que o SEBRAE/MT possa deles usar e dispor para todos os seus fins na forma deste Contrato e na proposta da CONTRATADA, independente de qualquer remuneração especial ou adicional àquela ajustada neste instrumento.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DA RESCISÃO

O presente contrato poderá ser rescindido de pleno direito, independentemente de notificação ou interpelação judicial, no caso de inadimplemento de qualquer de suas cláusulas ou condições, sujeitando a CONTRATADA às penalidades previstas neste instrumento, e em especial por:

- I. o não cumprimento ou cumprimento irregular de cláusulas pactuadas, especificações ou prazos;
- II. a subcontratação, total ou parcial do objeto deste contrato, sem prévia autorização escrita do SEBRAE, associação da CONTRATADA com outrem, a cessão ou transferência total ou parcial, bem como a fusão, cisão ou incorporação, que afetem a boa execução do contrato;
- III. a lentidão do seu cumprimento, levando o SEBRAE/MT a comprovar a impossibilidade da conclusão dos serviços nos prazos estipulados;
- IV. o desatendimento das orientações regulares das pessoas designadas para acompanharem e fiscalizarem a execução deste contrato;
- V. cometimento reiterado de falhas na execução deste contrato;
- VI. decretação de falência;
- VII. dissolução da empresa;
- VIII. protesto de títulos ou a emissão de cheques sem a suficiente provisão que caracterizem a insolvência da CONTRATADA;
- IX. razões de interesse público de alta relevância e amplo conhecimento;
- X. a ocorrência de caso fortuito ou de força maior, regularmente comprovada, impeditiva da execução deste contrato;
- XI. a alteração social ou modificação da finalidade ou da estrutura da CONTRATADA, que prejudique a execução do contrato;

§ 1º Em qualquer das hipóteses acima referidas, a CONTRATADA deverá reparar integralmente os prejuízos causados ao SEBRAE/MT, independente da aplicação das penalidades previstas neste instrumento, que poderão ser aplicadas no todo ou em parte, a critério exclusivo do SEBRAE/MT.

§ 2º Rescindido o presente Contrato por culpa da CONTRATADA, o SEBRAE/MT entregará os serviços objeto deste instrumento a quem ele julgar conveniente, sem qualquer consulta ou interferência da CONTRATADA, que responderá na forma legal e contratual pela infração ou execução inadequada que tenha dado causa à rescisão.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - DOS ANEXOS

Constituem parte integrante deste Contrato, independentemente de transcrição, o Edital da Concorrência nº 05/2013, os documentos relacionados com a fase de Habilitação, as propostas apresentadas pela CONTRATADA, e demais documentos que integram o processo licitatório.

Parágrafo Único: Havendo divergências entre as disposições contidas nos documentos referidos no “caput” desta cláusula, de natureza Técnica, e as disposições deste Contrato,

prevalecerão aquelas sobre estas, salvo na ocorrência de erro material, quando serão adotadas as providências necessárias às correções.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA - COMPROMISSÓRIA

As partes desde já elegem a CÂMARA REGIONAL DE CONCILIAÇÃO MEDIAÇÃO E ARBITRAGEM EMPRESARIAL DE MATO-GROSSO – CBMAE-MT, sita à Rua Galdino Pimentel, 14 – 8 andar, Ed. Palácio do Comércio – CEP: 78.005-020 – Cuiabá, Estado de Mato Grosso, Brasil, concordando, especial e expressamente, com os termos desta cláusula compromissória incondicional e irrevogavelmente, para de acordo com seus Regulamentos e Normas, dirimir todas as disputas, conflitos, controvérsias, infração, extinção, inviabilidade, reivindicações ou demandas que decorrentes ou relativas do presente contrato/convênio ou que com ele se relacionem, que não se resolva por acordo entre as partes, nos termos da Lei nº. 9.307/96, com autorização para que os árbitros julguem por equidade e não sendo possível um acordo por meio da Mediação, serão definitivamente resolvidas por Arbitragem. O Tribunal Arbitral será sempre composto por número ímpar, sendo para o presente caso o número de 3 (três), funcionando o último árbitro nomeado como Presidente do Tribunal. Cada parte indicará seu(s) árbitro(s) e 1 (um) respectivo(s) suplente(s), e estes, no prazo de 7 (sete) dias, indicarão mais um árbitro titular e respectivo suplente para presidir o Tribunal Arbitral. A responsabilidade pelo pagamento das custas iniciais processuais, serão da parte que solicitar a instauração do processo arbitral. Os honorários dos peritos serão pagos pelas partes, divididos em iguais parcelas. Os honorários dos árbitros serão pagos da seguinte forma; cada parte será responsável pelo pagamento do(s) honorário(s) do(s) árbitro(s) indicado(s) pela mesma e dividirão em parcelas iguais os honorários devidos ao Presidente do Tribunal.

E, por estarem justas e acordadas, as partes assinam o presente instrumento em três vias de igual teor e forma, na presença de duas testemunhas.

LOCAL E DATA.

Pelo SEBRAE/MT:

Pela CONTRATADA:

Testemunhas:

1ª _____
Nome:
CPF:

2ª _____
Nome:
CPF: