



**CONCORRÊNCIA SEBRAE/PI N. 01/2018**

**EDITAL**

**MODALIDADE:** Concorrência

**TIPO:** Técnica e Preço

**OBJETO:** Contratação de serviços de publicidade a ser prestado por agências de propaganda

**INTERESSADO:** SEBRAE/PI

**SESSÃO DE ABERTURA DA LICITAÇÃO:**

**DATA:** 14/08/2018

**HORÁRIO:** 09h00

**LOCAL:** Sede do SEBRAE/PI

**ENDEREÇO:** Av Campos Sales, 1046- Centro – Teresina/PI

**RETIRADA DO EDITAL:** pelo endereço eletrônico [www.pi.sebrae.com.br](http://www.pi.sebrae.com.br) ou [www.sebrae.com.br/canaldofornecedor](http://www.sebrae.com.br/canaldofornecedor) ou na sede do SEBRAE/PI, situada na Av Campos Sales, 1046- Centro – Teresina -PI, de segunda a sexta-feira, das 8h00 às 12h, ou das 14h às 18h00h.

**INFORMAÇÕES:** (86) 3216-1360 ou por email: [pi-licitacao@pi.sebrae.com.br](mailto:pi-licitacao@pi.sebrae.com.br)



## 1. DISPOSIÇÕES INICIAIS

1.1 O Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Piauí – SEBRAE/PI, sociedade civil sem fins lucrativos, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 06.665.129-0001/03, por meio de sua Comissão Permanente de Licitações, torna público aos interessados que realizará **CONCORRÊNCIA**, do tipo **TÉCNICA E PREÇO**, para **CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE** prestados por intermédio de agências de publicidade e propaganda. A concorrência será regida por este edital e pelos seguintes instrumentos:

- Regulamento de Licitação e de Contratos do Sistema SEBRAE, conforme Resolução CDN nº 213/11 de 18 de maio de 2011;
- Lei Complementar nº 123/2006;
- Instrução Normativa N°48/00 SEBRAE/NA.

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

## 2. RECEBIMENTO E ABERTURA DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS DE CREDENCIAMENTO

2.1. Os documentos de credenciamento e os invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços serão recebidos como segue:

**DATA:** 14/08/2018

**HORÁRIO:** 09h00

**LOCAL:** Sede do SEBRAE/PI

**ENDEREÇO:** Av Campos Sales, 1046- Centro – Teresina/PI

2.1.1. Se não houver expediente nessa data, os invólucros serão recebidos em data a ser previamente informada aos interessados.

2.1.2. A abertura dos invólucros e demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital e na legislação.

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

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



**2.4.** Os horários mencionados neste Edital referem-se ao horário oficial de Brasília (DF).

**2.5.** As informações, bem como os resultados dos julgamentos das etapas desta licitação serão divulgadas por meio do site [www.pi.sebrae.com.br](http://www.pi.sebrae.com.br) e [www.sebrae.com.br/canaldofornecedor](http://www.sebrae.com.br/canaldofornecedor).

### **3. OBJETO**

**3.1.** A presente concorrência destina-se à contratação de 2 (duas) agências, para a prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de publicidade, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas e de informar o público, sobre produtos, serviços e ações em geral do SEBRAE/PI, conforme especificações constantes do Termo de Referência (Anexo II) do Edital.

**3.1.1.** Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

**a)** Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução dos contratos;

**b)** À criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

**c)** À produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada.

**3.1.1.1.** As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem **3.1.1** terão a finalidade de gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do SEBRAE/PI, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças; aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens; possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças publicitárias.

**3.2.** Para a prestação dos serviços serão contratadas 2 (duas) agências de propaganda, cujo valor estimado do contrato será de **R\$ 3.000.000,00 (Três milhões de reais)**

**3.2.1** A estimativa supracitada constitui-se em mera previsão dimensionada, não estando o SEBRAE/PI obrigado a realizá-la em sua totalidade, e não cabendo às contratadas o direito de pleitear qualquer reparação.

**3.2.2.** Caberá a cada uma das duas agências contratadas o valor mínimo de serviços correspondente a 15% (quinze por cento) da verba efetivamente utilizada pelo SEBRAE/PI para o período de 12 (doze) meses, contados a partir da data de assinatura do contrato.

**3.2.3.** A garantia de cota mínima individual prevista para as contratadas será mantida na hipótese de prorrogação do contrato, podendo ser reavaliada a critério exclusivo do SEBRAE/PI.



**3.2.4.** A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços objeto da licitação.

#### **4. RETIRADA DO EDITAL**

**4.1.** O arquivo deste Edital poderá ser obtido na sede do SEBRAE/PI, situada à na Av Campos Sales, 1046- Centro – Teresina -PI, de segunda a sexta-feira, das 8h às 12h, ou das 14h às 18h ou pelo endereço eletrônico [www.pi.sebrae.com.br](http://www.pi.sebrae.com.br).

**4.1.1.** Os interessados se obrigam a acompanhar no endereço eletrônico [www.pi.sebrae.com.br](http://www.pi.sebrae.com.br) a eventual publicação de informações sobre esta concorrência, bem como a comparecer na sede da SEBRAE/PI para retirada do envelope padronizado para acondicionamento dos documentos que comporão o invólucro nº 1, conforme item 9.1.1.1.1.

#### **5. INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL**

**5.1.** Esclarecimentos sobre esta concorrência serão prestados pela Comissão Permanente de Licitações, desde que os pedidos tenham sido recebidos até 2 (dois) dias úteis antes da data de apresentação das Propostas, apenas mediante solicitação por escrito, em uma das seguintes formas:

a) Por escrito, aos cuidados da Comissão Permanente de Licitações; ou

b) Pelo e-mail: [pi-licitacao@pi.sebrae.com.br](mailto:pi-licitacao@pi.sebrae.com.br)

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

**5.2.** Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos pela Comissão Permanente de Licitações mediante divulgação na internet, no endereço eletrônico: [www.pi.sebrae.com.br](http://www.pi.sebrae.com.br) sem informar a identidade da licitante consultante e de seu representante.

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

#### **6. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL**

**6.1.** Todo cidadão é parte legítima para impugnar o presente Edital por irregularidade. Qualquer pedido de impugnação deverá ser protocolizado até 2 (dois) dias úteis antes da data do recebimento das Propostas Técnica e de Preços, na Comissão Permanente de Licitações deste SEBRAE, situada à Avenida Campos Sales, 1046- Centro- Teresina /PI, de segunda a sexta-feira, das 8h00 às 12h ou das 14h às 18h00h.

**6.2.** Decairá do direito de impugnar nos termos do presente Edital a licitante que não o fizer até 2 (dois) dias úteis antes da data do recebimento das Propostas Técnica e de Preços, mediante



solicitação por escrito e protocolizada no endereço e nos horários mencionados no subitem precedente.

**6.2.1.** Considera-se licitante para efeito do subitem precedente a empresa que tenha retirado o invólucro padronizado, na forma prevista neste Edital (subitem 9.1.1.1.1.).

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

## **7. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO**

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

**7.2.** Não poderá participar desta concorrência a agência:

- a)** Que esteja suspensa de licitar ou impedida de contratar com o Sistema Sebrae;
- b)** Cujas falências tenham sido decretadas ou que estiver em concurso de credores, em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;
- c)** Que, entre seus dirigentes, responsáveis técnicos ou legais, entre suas equipes técnicas figure quem seja ocupante de cargo ou emprego no SEBRAE/PI;
- d)** Estrangeira que não funcione no País;
- e)** Que estiver reunida em consórcio;

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

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

- a)** A confirmação de que recebeu da Comissão Permanente de Licitações o invólucro padronizado previsto no subitem 9.1.1.1.1 deste Edital e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência;
- b)** A aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus anexos;
- c)** A observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

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



## 8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

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

- a) Tratando-se de representante legal, **cópia autenticada** do estatuto social, contrato social ou outro instrumento de registro comercial, registrado na Junta Comercial, no qual estejam expressos seus poderes para exercer direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura;
- b) Tratando-se de procurador, **cópia autenticada** do estatuto social, contrato social ou outro instrumento de registro comercial, registrado na Junta Comercial, instrumento de procuração pública ou particular, está com reconhecimento de firma em cartório, do qual constem poderes específicos para negociar preço, interpor recursos e desistir de sua interposição, bem como praticar todos os demais atos pertinentes ao certame,
- c) O representante legal e o procurador deverão identificar-se **entregando**, em cópia autenticada documento oficial de identificação que contenha foto.
- d) Cada licitante **credenciará apenas um representante por sessão** que será o único admitido a intervir no procedimento licitatório e a responder, por todos os atos e efeitos previstos neste edital, em nome da representada.
- e) Nenhum interessado poderá participar da presente licitação representando mais de uma licitante.
- f) A não apresentação da documentação acima evidenciada na fase de credenciamento impedirá qualquer pessoa presente de se manifestar e responder pela licitante, sem prejuízo do seu direito de oferecimento das propostas e dos documentos de habilitação.
- g) Fica assegurado aos licitantes, a qualquer tempo, mediante juntada dos documentos previstos neste item, a indicação ou substituição do seu representante junto ao processo.
- h) Tratando-se de microempresas e empresas de pequeno porte que se encontrarem nas condições de usufruir dos benefícios da Resolução CDN 166/2008 deverão apresentar a Declaração constante do Anexo III, juntamente com os documentos relativos ao credenciamento.**
  - h.1)** Na ausência da Declaração, e para fins de comprovação da condição de microempresa ou empresa de pequeno porte, será aceita declaração redigida de próprio punho e assinada pelo representante legal presente na sessão.
  - h.2)** A não apresentação da Declaração (Anexo III) impedirá a licitante micro e de pequeno porte de beneficiar-se das regras do empate ficto e das demais previsões legais e editalícias destinadas a esse segmento.

## 9. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

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



## INVÓLUCRO Nº 1

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

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

**9.1.1.1.1.** O invólucro padronizado deverá ser retirado pela interessada na sede da instituição, situada à Avenida Campos Sales, 1046- Centro, Teresina/PI, de segunda a sexta-feira, das 8h00 às 12h e das 14h às 18h00h.

**9.1.1.1.2.** O invólucro padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente, por escrito, presencialmente ou pelo e-mail: [pi-licitacao@pi.sebrae.com.br](mailto:pi-licitacao@pi.sebrae.com.br) e o retire na sala da Comissão Permanente de Licitações.

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

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

a) Ter nenhuma identificação;

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

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

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

## INVÓLUCRO Nº 2

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

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

<p><b>INVÓLUCRO Nº 2 - PROPOSTA TÉCNICA</b> <b>Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada</b> <b>Nome empresarial:</b> <b>CNPJ:</b> <b>Concorrência nº 01/2018-SEBRAE/PI</b></p>
--



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

#### **INVÓLUCRO Nº 3**

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

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

<p><b>INVÓLUCRO Nº 3 - PROPOSTA TÉCNICA</b> <b>Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b> <b>Nome empresarial:</b> <b>CNPJ:</b> <b>Concorrência nº 01/2018-SEBRAE/PI</b></p>
---

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

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

## **10. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS**

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

#### **INVÓLUCRO Nº 4**

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

<p><b>INVÓLUCRO Nº 4 - PROPOSTA DE PREÇOS</b> <b>Nome empresarial:</b> <b>CNPJ:</b> <b>Concorrência nº 01/2018-SEBRAE/PI</b></p>
--

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



## 11. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

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

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

### PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA

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

- a) Em papel A4, branco, sem brilho, com 75 gr/m<sup>2</sup>, orientação retrato;
- b) Espaçamento de 2 cm nas margens direita, superior e inferior, e de 3 cm na margem esquerda, a partir da borda;
- c) Texto em fonte 'Arial', tamanho '12 pontos', estilo 'normal', cor 'preta' (automático);
- d) Títulos, subtítulos e entretítulos em letras maiúsculas, em fonte 'Arial', tamanho '12 pontos', estilo 'normal', cor 'preta' (automático);
- e) Texto com espaçamento 'simples' entre as linhas, e 'duplo' após títulos, subtítulos e entretítulos;
- f) Sem recuos nos textos, títulos, subtítulos e entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes;
- g) Alinhamento justificado do texto;
- h) Com numeração sequencial em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página, em fonte 'Arial', cor preta (automático), tamanho '12 pontos';
- i) Capa e contracapa em papel A4, sem brilho, com 75 gr/m<sup>2</sup>, ambas em branco;
- j) Em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda, sem a inclusão das peças integrantes do subquesito Ideia Criativa, que deverão ser apresentadas sob a forma do subitem 11.2.4.

k) Sem identificação da licitante.

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

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

a) Gráficos ou tabelas deverão ser apresentados sem a utilização de cores e retículas;

b) Títulos, entretítulos, dados e todas as informações constantes dos gráficos e/ou tabelas deverão ser editados em letras maiúsculas, na fonte 'Arial', estilo 'normal', cor preta (automático), tamanho '12 pontos'.

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

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

**11.2.4.1.** Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 9.1.3.3 e 19.2.1 e no subitem 19.2.1.1, todos deste Edital.

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

a) Não poderão ser apresentados em cores;

b) Poderão ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados pelos programas que geram estas tabelas, gráficos e planilhas;

c) Terão que obedecer a formatação de margem disposta no item 11.2, alínea b);

d) Ser apresentados em papel A4 ou A3 dobrado;

e) Quando impressos na orientação paisagem, tanto para o formato A4 ou A3 dobrado, deverão ter sua numeração no final da página e à direita, obedecendo a orientação do papel;

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

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

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

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

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

## **PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA**

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

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

**11.3.2 Estratégia de Comunicação Publicitária:** apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o problema específico de comunicação a ser enfrentado e alcançar os resultados e metas de comunicação desejados pelo SEBRAE/PI, compreendendo:

**a)** Explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;

**b)** Explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, permanentemente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

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

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

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

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

**11.3.3.2** Os exemplos de peças de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.3:

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

b) Podem ser apresentadas sob a forma de:

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

**b2)** protótipo ou 'monstro', para rádio e internet;

**b3)** *storyboard* para TV e cinema;

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

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

**11.3.3.3** Reduções e variações de formato serão consideradas como peças.

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

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

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

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

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

**11.3.3.6** As peças gráficas deverão ser impressas em papel A4 ou A3 (dobrado) com até 120gr/m<sup>2</sup>, ambas em branco, em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, observado o disposto no subitem 11.2.4.1.

**11.3.3.7** Um hot site e todas as suas páginas serão considerados uma peça;

**11.3.3.7.1** Um filme e o hot site em que se encontra hospedado serão considerados uma peça;

**11.3.3.7.2** Um banner e o hot site para o qual ele esteja direcionado serão considerados uma peça;

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

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

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

**11.3.3 Estratégia de Mídia e Não Mídia** - constituída de:

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

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

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

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

a) O período de distribuição das peças;

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

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

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

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

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

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

**11.3.4.3** Nessa simulação:

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

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

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

## **PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA**

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

## **CAPACIDADE DE ATENDIMENTO**

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

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

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

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

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

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

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

d) A sistemática de atendimento, discriminando os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

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



## REPERTÓRIO

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

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

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

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

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

**11.8.1.1** As peças devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídos a partir de 01/01/2016.

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

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

**11.8.1.4** Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 11.8.1, sua pontuação, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 12.2.2.2.

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

## RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

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

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

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

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

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

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

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

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

- a) As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD;
- b) As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente;

**11.10.4** As propostas de que trata o subitem 11.10 devem ter sido implementadas a partir de 01/01/2016.

## **12. JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA**

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

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



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

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

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

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

#### 12.2.1.2 ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – 15 (QUINZE) PONTOS

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



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

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

#### **12.2.1.3 IDEIA CRIATIVA – 15 (QUINZE) PONTOS**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

#### **12.2.2 CONJUNTO DE INFORMAÇÕES TÉCNICAS - 15 (QUINZE) PONTOS**

##### **12.2.2.1 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO – 5 (CINCO) PONTOS**

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

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

#### **12.2.2.2 REPERTÓRIO – 5 (CINCO) PONTOS**

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

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

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

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

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

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

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



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

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

**12.4** Será desclassificada a Proposta que:

**a)** Não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;

**b) não alcançar 30 (trinta) pontos;**

**c) obtiver nota 0 (zero)** em qualquer um dos quesitos e subquesitos a que se referem os itens e/ou subitens 12.2.1.1, 12.2.1.2, 12.2.1.3, 12.2.1.4, 12.2.2.1, 12.2.2.2, 12.2.2.3.

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

**12.6** Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público marcado pela Comissão Permanente de Licitação, cuja data será divulgada na forma do item 2.5 deste Edital e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

**12.7** A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório.

### **13. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS**

**13.1** A Proposta de Preços da licitante deverá ser:

**a)** apresentada em papel que identifique a licitante (timbrado e/ou com carimbo do CNPJ), ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em Língua Portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;

**b)** datada e assinada no documento referido no subitem 13.2, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado;

**c)** ter validade de no mínimo 90 (noventa) dias;

**c.1)** em casos excepcionais, expirado o prazo original de validade da proposta, o SEBRAE/PI poderá solicitar às proponentes uma prorrogação específica no prazo de validade. A solicitação e as respostas deverão ser formuladas por escrito. Caso o Proponente concorde com a dilação do prazo solicitado, não será permitido modificar a respectiva proposta, nem ser motivo para arguir futuramente qualquer alteração de preços.

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

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

#### **14. DA VALORAÇÃO E DO JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS**

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

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

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

	<b>DESCONTOS, HONORÁRIOS E REPASSES</b>	<b>CÁLCULO DA PONTUAÇÃO</b>	<b>PONTUAÇÃO</b>
5	a) Percentual de <u>desconto sobre os custos internos</u> , baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Piauí - Anexo V ( <i>entre 0% e 80%</i> ).	Desconto igual a 0%: N = 0,0  Desconto superior a 0%: N = 0,25 x Desconto concedido pela licitante	<b>20 Pontos</b>
	b) Percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, cuja utilização pelo SEBRAE/PI proporcione à agência <u>desconto-padrão</u> concedido por veículos de divulgação ( <i>entre 5% e 10%</i> ).	Honorários iguais ou superiores a 10%: N = 0,0  Honorários inferiores a 10%: N = 1,0 x (10% – Honorários cobrados)	<b>5 Pontos</b>
	c) Percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, cuja utilização pelo SEBRAE/PI <u>não proporcione</u> à agência <u>desconto-padrão</u> concedido por veículos de divulgação ( <i>entre 5% e 15%</i> ).	Honorários iguais ou superiores a 15%: N = 0,0  Honorários inferiores a 15%: N = 0,5 x (15% – Honorários cobrados)	<b>5 Pontos</b>
	d) Percentual de repasse do <u>desconto-padrão</u> de agência a ser concedido	Repasse igual 0,0%: N = 0,0	<b>10 Pontos</b>



pelos veículos de divulgação (entre 0 e 2 pontos percentuais).	Repasse superior a 0,0% até 2,0%: $N = 5,0 \times \text{Repasse concedido}$	
<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA DA PROPOSTA DE PREÇOS</b>		<b>40 (quarenta) PONTOS</b>

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

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

**14.4.2 Quesito “b”:** Em relação à incidência de honorários sobre custos de serviços de terceiros, cuja utilização proporcione à agência desconto-padrão concedido por veículos de divulgação, **entre 5% e 10%, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965, quanto a agência pretende cobrar do SEBRAE/PI?**

**14.4.3 Quesito “c”:** Em relação à incidência de honorários sobre custos de serviços de terceiros, cuja utilização não proporcione à agência desconto-padrão concedido por veículos de divulgação, **entre 5% e 15%, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965, quanto a agência pretende cobrar do SEBRAE/PI?**

**14.4.4 Quesito “d”:** Considerando o desconto-padrão concedido pelos veículos de divulgação às agências, dos 20% aos quais a agência faz jus, **entre 0 e 2 pontos percentuais, conforme Anexo B das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, quanto a agência licitante pretende repassar ao SEBRAE/PI?**

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

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

**14.7** As notas serão calculadas com, no máximo, até 2 (duas) casas decimais, sem arredondamento.

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

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

## 15. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

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

**a) Índice Técnico (IT):** será aferido pelo somatório da pontuação obtida pela licitante na Proposta Técnica;

**b) Índice de Preços (IP):** será aferido pelo somatório da pontuação obtida pela licitante na Proposta de Preços.

**c) Índice Geral (IG):** será aferido a partir da média ponderada com peso 60/40, respectivamente para Técnica e para Preço, correspondendo aos seguintes fatores:

I) Fator de Ponderação do IT = 0,6 (zero vírgula seis)

II) Fator de Ponderação do IP = 0,4 (zero vírgula quatro)

15.2 A prestação de serviços objeto da licitação será adjudicada às duas licitantes que obtiverem a maior pontuação no Índice Geral, salvo eliminação posterior na fase de habilitação, calculada pela seguinte fórmula:

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

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

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

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

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

15.6 Serão consideradas empatadas as propostas apresentadas por Microempresas e Empresas de Pequeno Porte e que sejam iguais ou até 10% (dez por cento) inferiores à proposta de maior Índice Geral (IG), situação denominada por *empate ficto*.

15.7 Ocorrendo *empate ficto*, será adotado o seguinte procedimento:

15.7.1 à Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte mais bem classificada será dado o direito de apresentar, dentro do prazo máximo de 5 (cinco) minutos, nova proposta de preço, superior à primeira classificada, desde que o aumento do percentual de desconto possibilite a obtenção do valor final acima do proposto pela primeira classificada, mediante a reaplicação das alíneas “b” e “c” do subitem 15.1 e a fórmula constante do subitem 15.2., permanecendo inalterada a



pontuação técnica, situação em que, se concretizada, o objeto da licitação será adjudicado em seu favor, observadas as demais fases do procedimento licitatório.

**15.7.2** No caso do item anterior, a apresentação da nova proposta de preço deverá contemplar os itens exigidos no item 13 – APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS.

**15.7.3** Não ocorrendo a contratação, serão convocadas as demais microempresas e empresas de pequeno porte que se enquadrem no empate ficto, obedecendo-se a ordem classificatória, para o exercício do mesmo direito (subitem 15.7.1).

**15.7.4** No caso de empate entre os valores apresentados por microempresas e empresas de pequeno porte que se encontrem no intervalo considerado como empate ficto, será realizado sorteio para que se identifique aquela que primeiro poderá apresentar a melhor oferta.

**15.7.5** Na impossibilidade de contratação das microempresas e empresas de pequeno porte, o objeto da licitação será adjudicado em favor da proposta originalmente vencedora do certame.

**15.7.6** O disposto no subitem 15.7.1 somente será aplicável quando a melhor oferta não tiver sido apresentada por microempresa e empresa de pequeno porte.

**15.8** Às licitantes não caberá desconhecimento quanto ao teor dos subitens 15.3, 15.4, 15.5 e 15.6, eximindo o SEBRAE/PI de qualquer responsabilidade quanto ao sorteio.

**15.9** Serão desclassificadas as propostas que:

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

## **16. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

**16.1** Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Permanente de Licitação apenas pelas 2 (duas) primeiras licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, em dia, hora e local por ela estipulados.

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

### **INVÓLUCRO Nº 5 - DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

**Nome empresarial:**

**CNPJ:**

**Concorrência nº. 001/2018-SEBRAE/PI**





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

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

**16.2** Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a Documentação na forma prevista nos subitens

16.2.1 a 16.2.4.

### **16.2.1 Habilitação Jurídica**

a) Cédula de identidade dos responsáveis legais da licitante;

b) Registro comercial, em caso de empresa individual;

c) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, em se tratando de sociedades comerciais, devidamente registrado e acompanhado de documentos de eleição de seus administradores, quando se tratar de sociedades por ações;

**c1)** os documentos mencionados na alínea 'c' deverão estar

**c2)** não será aceita certidão simplificada de arquivamento na Junta Comercial;

d) Inscrição do ato constitutivo em cartório de Registros de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades civis;

**d1)** não será aceita certidão simplificada de arquivamento na Junta Comercial;

### **16.2.2 Regularidade Fiscal:**

a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ/MF;

b) Prova de inscrição no cadastro de contribuintes distrital ou municipal, se houver, relativa ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta concorrência;

c) Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais, previdenciários e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil;

d) Certidões negativas de débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda Pública Estadual ou do Distrito Federal e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;



e) Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, em vigor na data de apresentação dos Documentos de Habilitação.

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

### **16.2.3 Qualificação Técnica:**

**a)** 02 (duas) declarações, fornecidas por pessoas jurídicas de direito público ou privado, que atestem que a licitante prestou à declarante serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência;

**b)** Certificado de Qualificação Técnica concedido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), válido pelo menos até a data de abertura desta Concorrência.

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

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

### **16.2.4 Qualificação Econômico-financeira**

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

**a1)** Caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 90 (noventa) dias corridos antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

**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.

**b1)** 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:

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



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

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

**b1.1)** A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 01 (um) em qualquer dos índices relativos à situação financeira (LG – Liquidez Geral; LC – Liquidez Corrente; SG – Solvência Geral), deverá comprovar possuir patrimônio líquido igual ou superior a 10% do valor estimado da contratação, calculado por meio da fórmula abaixo:

Patrimônio Líquido = Ativo Total – Passivo Total (Passivo Circulante + Passivo Exigível a Longo Prazo).

**b1.2)** A licitante que não tenha 01 (um) ano de exercício social, que ainda não tenha balanço, deverá apresentar balancetes contábeis devidamente assinados por contador habilitado junto ao CRC e pelo sócio/administrador da empresa, envolvendo seus direitos, obrigações e patrimônio líquido relativos ao período de sua existência, avaliados por meio da obtenção de Índice de Solvência (**S**) maior ou igual a um ( $\geq 1$ ), conforme fórmula abaixo:

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

**16.2.4.1.** Os índices de que tratam as alíneas “b1”, “b1.1” e “b1.2” 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.

**16.2.4.2. Para efeito de comprovação deverão ser apresentadas as demonstrações contábeis referentes ao exercício fiscal do ano 2017, ano-base 2016.**

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

**16.3.1.** Nos casos em que a matriz participe do procedimento licitatório na expectativa que o objeto seja executado por uma de suas filiais, deverá também ser apresentada a documentação descrita nas alíneas “a”, “b” e “d” do subitem 16.2.2.

## **17. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

**17.1** A Comissão Permanente de Licitações analisará os Documentos de Habilitação e julgará habilitada

(s) a (s) licitante (s) que atender (e) m integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos.



**17.2** Na hipótese de inabilitação da licitante, a Comissão Permanente de Licitações convocará a próxima licitante classificada, na ordem subsequente no resultado final para apresentação da documentação de habilitação dentro do prazo estipulado pela Comissão Permanente de Licitações e assim sucessivamente até a concretização da contratação.

## **18. COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES E COMISSÃO TÉCNICA**

**18.1** Esta concorrência será processada e julgada pela Comissão Permanente de Licitações do SEBRAE/PI, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

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

## **19. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS**

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

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

**19.1.3** A Comissão Permanente de Licitações e a Comissão Técnica, conforme o caso, poderão releva omissões puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e possam ser sanadas no prazo a ser fixado pela Comissão Permanente de Licitações.

**19.1.4** Os integrantes da Comissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.

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

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

**19.1.7** Qualquer tentativa de licitante influenciar indevidamente a Comissão Permanente de Licitações ou a Comissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

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

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

## **PRIMEIRA SESSÃO**

**19.2** A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no subitem 2.5 deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

- a) Identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 8.1 deste Edital e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) Receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;
- c) Conferir se esses invólucros estão em conformidade com as disposições deste Edital.

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

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

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

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

- a) Rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Permanente de Licitações, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;
- b) Abrir os Invólucros nº 3 e rubricar seu conteúdo;
- c) Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos que constituem os Invólucros nº 1 e nº 3;
- d) Informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 2.5 deste Edital.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

f) Elaboração e encaminhamento, pela Comissão Técnica à Comissão Permanente de Licitações, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso. Em caso de pontuação máxima em qualquer quesito, os membros da Comissão Técnica não precisarão justificar as suas notas.

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

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

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

## **SEGUNDA SESSÃO**

**19.3** Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Invólucros nº 1 e nº 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Comissão Técnica, a Comissão Permanente de Licitações convocará as licitantes, na forma do item 2.5 deste Edital, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) Abrir os Invólucros nº 2;
- c) Cotejar as vias não identificadas (Invólucro nº 1) com as vias identificadas (Invólucro nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- d) Elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e) Proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;
- f) Informar o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas em Ata, que será publicada na forma do item 2.5 deste Edital, com a indicação dos proponentes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso.

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

## TERCEIRA SESSÃO

**19.4** Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitações convocará as licitantes, na forma do item 2.5 deste Edital, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) Abrir os Invólucros nº 4, com a Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) Colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;
- d) Analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- e) Identificar a Proposta de menor preço e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;
- f) Ordenar o resultado por ordem de classificação geral, sendo consideradas classificadas as duas primeiras licitantes que obtiverem as maiores notas finais nos termos dos critérios estabelecidos no item 15 deste Edital.
- g) Informar em Ata que o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das Propostas em Ata que será publicado na forma do item 2.5 deste Edital, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso.

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

## QUARTA SESSÃO

**19.5** Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 2.5 deste Edital, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) Receber e abrir os Invólucros nº 5 das duas primeiras licitantes melhor avaliadas nos termos do critério estabelecido no item 15 deste Edital, cujos documentos serão rubricados pelos membros





da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

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

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

e) Informar que o resultado da habilitação será publicado na forma do item 2.5 deste Edital, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso.

## **20. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO**

**20.1** Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Autoridade Competente do SEBRAE/PI homologará ou não o resultado desta concorrência e, assim, aprovará ou não a adjudicação do seu objeto à licitante vencedora.

**20.2** Homologado o certame, os autos serão encaminhados para que se efetive a contratação.

## **21. RECURSOS ADMINISTRATIVOS**

**21.1** Eventuais recursos referentes à presente concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida ao Diretor Superintendente do SEBRAE/PI, por intermédio da Comissão Permanente de Licitações, por escrito e protocolado na Comissão Permanente de Licitações do SEBRAE/PI. Peças enviadas por e-mail serão desconsideradas.

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

**21.3** Os recursos serão julgados no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contados da data final para sua interposição, ou das contrarrazões, se for o caso, pelo Diretor Superintendente do SEBRAE/PI ou por quem este delegar competência, sendo que a divulgação do julgamento se dará através do site: [www.pi.sebrae.com.br](http://www.pi.sebrae.com.br).

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

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

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



## **22. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS**

**22.1** A soma das despesas com o contrato resultante desta concorrência está estimado em R\$ 3.000.000,00 (três milhões de reais), sendo que será executado de acordo com o previsto nos subitens 3.2.1, 3.2.2, 22.4 deste Edital e correrão por conta do Orçamento do SEBRAE/PI, sendo rateado entre as soluções.

**22.2** Os recursos para a execução dos serviços durante o exercício de 2018/2019 serão consignados na dotação orçamentária própria do SEBRAE/PI.

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

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

## **23. DA CONTRATAÇÃO**

**23.1** A contratação com o fornecedor será formalizada por intermédio de instrumento contratual.

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

**23.3** As condições mais detalhadas de fornecimento constam do Termo de Referência (Anexo II) do Edital;

**23.4** A CONTRATADA ficará obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial do contrato.

**23.5** A CONTRATADA deverá manter durante toda a execução da contratação, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

**23.6** Durante a vigência da contratação, a fiscalização será exercida por Maria das Graças de Sousa Batista – Unidade de Marketing e Comunicação, representante do SEBRAE/PI, ao qual competirá registrar em relatório todas as ocorrências e as deficiências verificadas e dirimir as dúvidas que surgirem no curso da prestação dos serviços, de tudo dando ciência ao SEBRAE/PI.

## **24. DO PAGAMENTO**

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



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

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

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

## **25. DAS INFRAÇÕES E DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

**25.1** A desistência formulada por qualquer das licitantes após a abertura das propostas sujeitar-lhe-á ao pagamento de multa equivalente a 2% (dois por cento) do valor de sua proposta, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão Permanente de Licitações.

**25.2** A adjudicatária que não comparecer ou se recusar, sem motivo justificado, a fornecer o objeto da sua proposta escrita, fica sujeita a perdas e danos, desde logo estimados em 2% (dois por cento) do valor total da sua proposta escrita, quantia esta reconhecida como líquida, certa e exigível, via execução.

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

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

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

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

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

## **26. DISPOSIÇÕES GERAIS**

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



**26.2** É facultado ao SEBRAE/PI, 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.

**26.2.1** Caso a diligência realizada pelo SEBRAE/PI resultar em laudo negativo, ou seja, se não atender as especificações e condições constantes do Edital, o SEBRAE/PI se reserva o direito de desclassificar e/ou chamar as empresas subsequentes.

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

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

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

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

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

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

**26.9** Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital e seus Anexos, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento. Só se iniciam e vencem os prazos em dias de expediente do SEBRAE/PI.

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

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

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



**26.13** É de total responsabilidade das empresas licitantes o acompanhamento desta licitação por meio do sítio: [www.pi.sebrae.com.br](http://www.pi.sebrae.com.br).

**26.14** A simples participação na presente licitação evidencia ter a licitante examinado cuidadosamente este Edital e seus Anexos e se inteirado de todos os seus detalhes e com eles haver concordado.

**26.15** Em caso de dúvida quanto às informações e validade contidas nos documentos, a Comissão Permanente de Licitação poderá realizar a verificação em sítios oficiais de órgãos e entidades emissoras dos respectivos documentos, a qual se constitui em meio legal de prova.

**26.16** Na hipótese de todas as empresas serem inabilitadas e/ou todas as propostas serem desclassificadas, a Comissão Permanente de Licitações poderá fixar às licitantes o prazo de 08 (oito) dias úteis para apresentação de nova documentação e/ou novas propostas, escoimadas das causas que motivaram a inabilitação e/ou a desclassificação.

**26.17** O Foro da Comarca de Teresina/PI será o competente para dirimir as questões oriundas desta licitação e da relação jurídica dela decorrente.

## **27. DA FUNDAMENTAÇÃO JURÍDICA**

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

## **28 INTEGRAM ESTE EDITAL OS SEGUINTE ANEXOS:**

- a) Anexo I: Briefing;
- b) Anexo II: Termo de Referência;
- c) Anexo III: Modelo de Declaração de Porte da Empresa;
- d) Anexo IV: Planilha/Proposta/Proposta de Preços Sujeitos a Valoração;
- e) Anexo V: Tabela Referencial de Custos do Sindicato das Agências de Propaganda de Piauí;
- f) Anexo VI: Minuta do Contrato.
- G) Anexo VII: Lei nº 4.680/1965 e Decreto 4.563
- H) Anexo VIII: Instrução Normativa 48/00 SEBRAE/nacional

Teresina, 26 de julho de 2018.

**ANDREA MONTEIRO COQUEIRO CARVALHO**  
**Presidente da CPL**



## ANEXO I – BRIEFING

### **BRIEFING**

#### **O APOIO AOS PEQUENOS NEGÓCIOS**

*Em 17 de julho de 1972, por iniciativa do Banco Nacional do Desenvolvimento, BNDES e do Ministério do Planejamento, foi criado o Centro Brasileiro de Assistência Gerencial à Pequena Empresa, Cebrae, sendo ligado ao Governo Federal. O Conselho Deliberativo do Cebrae era formado pela Financiadora de Estudos e Projetos, Finep; Associação dos Bancos de Desenvolvimento, ABDE; e pelo próprio BNDES.*

*As ações de apoio aos pequenos empreendimentos iniciaram no Piauí em 1973. Naquela época, os serviços eram desenvolvidos por meio do Núcleo de Assistência Gerencial, NAG, que atendia empresas da indústria, do comércio e de prestação de serviços.*

*O Núcleo foi sucedido pelo Centro de Apoio à Pequena e Média Empresa do Estado do Piauí, CEAG, sociedade sem fins lucrativos, integrante do Sistema Regional de Assistência à Pequena e Média Empresa no Nordeste. O centro era coordenado pela Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste, Sudene, com a participação do Banco do Nordeste e do Cebrae.*

*Em 1990, a instituição, em nível nacional, foi desligada do setor público e transformada num serviço social autônomo, sem fins lucrativos, criado pela Lei nº 8.029, de 12 de abril de 1990, regulamentado pelo Decreto nº 99.570, de 09 de outubro de 1990, posteriormente, alterado pela Lei nº 8.154, de 28 de dezembro de 1990.*

*O atual Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, SEBRAE, foi implantado no Piauí em 1991, sendo o que existe até os dias atuais.*

*Ao longo dos anos, a instituição, que está presente em todos os estados da federação e também no Distrito Federal, ganhou destaque pela sua atuação na difusão da cultura empreendedora e no fortalecimento das micro e pequenas empresas, por meio de ações que contribuem para o desenvolvimento econômico e social do país.*

#### **MISSÃO, VISÃO E VALORES**

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

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

**Valores:** *Respeito às Pessoas e Relações; Ética; Transparência; Espírito de Equipe e Colaboração; Comprometimento; Profissionalismo; e Inovação.*

#### **COMO O SEBRAE ATUA**

*O SEBRAE é um agente de capacitação e de promoção do desenvolvimento, criado para dar apoio aos pequenos negócios de todo o país. Desde 1972, trabalha para estimular o empreendedorismo e possibilitar a competitividade e a sustentabilidade dos empreendimentos de micro e pequeno porte.*

*Entre as linhas de atuação do SEBRAE estão: educação empreendedora; capacitação dos empreendedores e empresários; articulação de políticas públicas que criem um ambiente legal mais favorável aos pequenos empreendimentos; acesso a novos mercados; acesso a tecnologia e inovação e orientação para o acesso aos serviços financeiros.*

*A instituição atende quem pensa em abrir um negócio próprio e também quem já tem uma empresa, não importando o ramo de atividade ou há quanto tempo está no mercado. O foco do SEBRAE é incentivar os pequenos empreendimentos a crescerem cada vez mais; é apoiar quem quer ir mais longe, buscando novas alternativas no mercado; e, ainda, quem acredita na força da união, estimulando a cooperação entre empresas e empreendedores, pois a instituição defende que a junção de esforços fortalece os pequenos negócios, tornando-os mais competitivos. A entidade auxilia também quem busca a formalização de um negócio, mostrando aos empreendedores as vantagens de se ter uma empresa formal.*

*O atendimento aos pequenos negócios é feito de forma individual ou coletiva, sendo utilizadas diversas estratégias: Informação 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 especialistas em pequenos negócios; Cursos sob medida para quem quer aprender desde as noções básicas de empreendedorismo até a gestão do próprio negócio; Publicações sobre os mais diversos temas e setores do empreendedorismo; Premiações, que reconhecem e divulgam a sua visão empreendedora para todo o país, incentivando e estimulando os pequenos negócios; e Eventos, nos quais*



as empresas e grupos atendidos pelo Sebrae tem a oportunidade de divulgar seus produtos e serviços e criar redes de relacionamentos e parcerias comerciais.

Para garantir o atendimento aos pequenos negócios, o SEBRAE atua em todo o território nacional. Onde tem Brasil, tem SEBRAE. Além da sede nacional, em Brasília, a instituição conta com pontos de atendimento nas 27 unidades da Federação.

O SEBRAE Nacional é responsável pelo direcionamento estratégico do sistema, definindo diretrizes e prioridades de atuação. As unidades estaduais desenvolvem ações de acordo com a realidade regional e em consonância com as diretrizes nacionais.

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

É importante destacar que o SEBRAE 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.

## **O SEBRAE NO PIAUÍ**

O SEBRAE no Piauí desenvolve uma série de projetos de norte a sul do Estado, atendendo diversas cadeias produtivas e setores econômicos. As ações são focadas na competitividade e sustentabilidade dos pequenos negócios no mercado, uma vez que esses empreendimentos são a mola propulsora da economia do Estado.

As ações desenvolvidas no âmbito dos projetos vão desde cursos e treinamentos até consultorias, oficinas e clínicas tecnológicas. Além de atividades de capacitação, são desenvolvidas outras estratégias para que os pequenos negócios possam avançar na economia, a exemplo de missões técnicas, participação em feiras e eventos regionais e nacionais, e orientação para acesso a novos mercados.

Para cumprir sua missão, atua por meio de uma sede, localizada em Teresina e mais sete escritórios regionais distribuídos nas cidades de Parnaíba, Piriá, São Raimundo Nonato, Floriano, Picos, Teresina e Bom Jesus.

Entre os projetos desenvolvidos destacam-se aqueles voltados para apicultura; fruticultura; piscicultura; desenvolvimento empresarial; design, moda e decoração; economia criativa; encadeamento produtivo; artesanato; construção civil; tecnologia da informação; saúde; panificação; turismo; entre outros setores.

No segmento da 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 e bebidas industrializados, construção civil, gemas e jóias, indústrias gráficas, metal-mecânico, olaria e cerâmica, pedras e rochas ornamentais e tecnologia da informação.

Em Comércio e Serviços, o SEBRAE atua na capacitação dos empresários e na integração cooperativa que proporcionam qualificação, modernização e aumento da competitividade de polos e redes de pequenos empreendimentos comerciais com interesses comuns.

Além dos segmentos tradicionais do comércio, o SEBRAE 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.

No Agronegócio, a atuação do SEBRAE 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.

O SEBRAE tem também ações focadas no desenvolvimento empresarial de norte a sul do Piauí, desenvolvendo ainda atividades relacionadas à implementação da Lei Geral; formalização através do Microempreendedor Individual, MEI; e educação empreendedora.

## **A IMPORTÂNCIA DO SEBRAE**

O SEBRAE representa um modelo operacional inovador, não-estatal, eficiente e orientado para resultados. É uma entidade transformadora, geradora de informações, que molda e é moldada pela sociedade.



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

*Na compreensão da instituição, a função da comunicação publicitária é levar, por um lado, conhecimento sobre os produtos e serviços oferecidos aos empreendedores e, por outro, levar ao conhecimento da sociedade a importância do setor e da atuação da instituição para o desenvolvimento do Piauí. Para que isso ocorra, precisa estar atenta às ações e projetos previstos em seu planejamento plurianual.*

*Desse modo, a comunicação publicitária deverá contribuir 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. E, ainda, os seguintes públicos secundários: parceiros, governo, conselho deliberativo estadual, imprensa e sociedade em geral.*

*Importante destacar que, no Brasil, as micro e pequenas empresas representam 99% dos estabelecimentos, quase 85% dos empregos gerados, respondem por 30% do PIB e por 42% da massa salarial. Todavia, quase 30% ainda fecham as portas antes de completar o primeiro ano de funcionamento.*

*Nesse cenário, o conhecimento é ativo fundamental para a sobrevivência e prosperidade empresarial, o que potencializa a importância do SEBRAE. E a elevação dos índices de adoção de novas tecnologias oferece uma possível porta de comunicação e atendimento à instituição, que já iniciou um projeto de relacionamento por meio da Internet e das redes sociais para levar conhecimento de maneira mais frequente aos empreendedores.*

## **PROBLEMA ESPECÍFICO DE COMUNICAÇÃO E DESAFIO PARA AS AGÊNCIAS**

*As redes sociais mudaram a forma como as pessoas se relacionam com o mundo. Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram e outras redes sociais diminuíram bastante a distância entre emissor e receptor de informações, presente historicamente em modelos tradicionais de comunicação social.*

*A internet evoluiu a relação entre veículos de comunicação, marcas e consumidor, seja consumidor de informação ou de produtos. As pessoas que antes eram meros receptores passivos de informação hoje estão se tornando – ou já se tornaram – formadores de opinião, utilizando plataformas como blogs, perfis ou simplesmente interagindo em páginas de empresas, marcas, políticos e artistas, por exemplo. O público das redes sociais não as utiliza mais apenas para se comunicar, distrair, divertir e jogar; ele também consome informação, serviços e produtos!*

*Diante dessa mudança na forma de consumo das informações, o SEBRAE para conquistar e manter o público almejado precisa oferecer conteúdo de extrema qualidade, informativo, interativo, e não simplesmente propagandas de serviços e produtos ofertados pela instituição. Isso levando em consideração que nas campanhas é possível segmentar o público, fazendo com que a transmissão da informação seja mais eficiente, precisa e gere resultados mais positivos.*

*Com o firme propósito de se ter cada vez mais estratégias de comunicação mais eficientes por meio de ações integradas e campanhas com mais conteúdos, o SEBRAE/PI propõe que as agências, num exercício hipotético, desenvolvam uma campanha para um problema de comunicação relacionado à valorização do artesanato piauiense.*

*Contribuir com os diversos segmentos do artesanato piauiense para consolidação das atividades tem sido o papel do SEBRAE/PI por meio da organização, qualificação, padronização e melhoria do design dos produtos, com a finalidade de disponibilizar instrumentos adequados às necessidades dos artesãos para a solução de problemas relativos à capacitação, comercialização e produção, resguardando expressões culturais e artísticas portadoras de identidade própria, incluindo o resgate cultural.*

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

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

*A campanha publicitária deverá ser veiculada com alcance em todo o Estado do Piauí, sendo que as veiculações devem, necessariamente, ser propostas para o mês de outubro de 2018.*





*Destaque-se que para a elaboração da campanha publicitária, considerando produção, veiculação, exposição e/ou distribuição, a licitante contará com uma verba hipotética de R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais). Deverá ser considerado o valor bruto da tabela dos veículos, vigente em 2018, sem o Desconto-Padrão de Agência, de que trata o art. 11 da Lei nº 4.680/65 e art. 11 do Decreto 57.690/66; bem como deverá ser considerado custo de criação conforme tabela anexa do SINAPRO 2014 /válida para 2018 (sem os reais descontos que possam fazer alusão à proposta de preço).*

*As peças da campanha deverão, necessariamente, ser assinadas com a logomarca do SEBRAE/PI, seu endereço eletrônico ([www.pi.sebrae.com.br](http://www.pi.sebrae.com.br)) e seu número telefônico da Central de Relacionamento SEBRAE (0800 570 0800). Além disso, a campanha deve apresentar características regionais e valorizar os aspectos socioeconômicos do Estado do Piauí.*

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



## ANEXO II – TERMO DE REFERÊNCIA

### 1. OBJETO

A presente concorrência destina-se à obtenção de propostas para a contratação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de publicidade, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas e de informar o público, sobre produtos, serviços e ações em geral do Sebrae-PI, compreendendo as atividades a seguir:

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

1.2 Execução do plano publicitário, incluindo orçamento e realização das peças publicitárias (Produção) e a compra, distribuição e controle da publicidade nos veículos contratados (Execução de Mídia).

1.3 Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado onde conceito, ideia, marca, produto ou serviço encontrem melhor possibilidade de assimilação.

1.4 Identificação e análise das ideias, marcas, produtos ou serviços concorrentes.

1.5 Assessoramento, apoio, contratação e desenvolvimento de pesquisas de opinião e de mercado e outras que se fizerem necessárias à execução ou ao subsídio da estratégia de divulgação aprovada.

1.6 Planejamento, concepção, criação de mensagens e peças para comunicação digital e posterior desenvolvimento, realização, produção e implementação do material aprovado.

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

1.8 A produção e a execução técnica das peças e projetos publicitários criados.

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

### 2. DESCRIÇÃO GERAL DO SERVIÇO

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

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



2.3 Elaboração de plano estratégico e de mídia, incluindo pesquisa, levantamento de perfil do target (público-alvo), análise de concorrência, estudos dos meios de publicidade e plano de mídia.

2.4 Desenvolvimento de plano de mídia, incluindo estudo do target (público-alvo), definição final dos meios, negociação de verba para contratação dos meios, contratação dos espaços publicitários, envio de material para os meios e acompanhamento da veiculação.

2.5 Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado onde o conceito, ideia, marca, produto ou serviço encontrem melhor possibilidade de assimilação.

2.6 Identificação e análise das ideias, marcas, produtos ou serviços concorrentes.

2.7 Assessoramento, apoio, contratação e desenvolvimento de pesquisas de opinião e de mercado e outras que se fizerem necessárias à execução ou ao subsídio da estratégia de divulgação aprovada.

2.8 Assessoramento e apoio no planejamento e na execução de ações de publicidade e de marketing.

2.9 Planejamento, concepção, criação de peças para comunicação digital e posterior desenvolvimento, implementação, animação, disponibilização, produção e veiculação do material aprovado.

2.10 Elaboração e desenvolvimento de marcas, expressões de propaganda, logotipos, símbolos, ilustrações, estampas e outros elementos de programação visual, bem como suporte no registro de sua propriedade pelo SEBRAE-PI.

2.11 Editoração, adequação de conteúdo e de linguagem e revisão de publicações impressas e digitais (cartilhas, revistas, jornais, catálogos, boletins, cadernos, folders, folhetos, dentre outros).

2.12 Elaboração e desenvolvimento de ações de endomarketing e comunicação interna.

2.13 Planejamento e desenvolvimento de ações promocionais para divulgação de produtos e projetos do SEBRAE-PI.

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

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

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



2.17 Elaboração de books de patrocínio.

2.18 Elaboração de Relatório Anual Institucional do SEBRAE-PI.

2.19 Elaboração de atas de todas as reuniões (documentos físicos e/ou digitais) que devem ser enviadas em até 24 horas úteis após a realização do encontro.

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

2.21 Participar de reuniões de briefing para alinhamento das informações, tantas quantas forem solicitadas e em local determinado pelo SEBRAE-PI.

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

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

2.24 Controle das inserções publicitárias (mídias contratadas) deverá ser feito através de relatório mensal com comprovação das veiculações nos veículos descritos neste instrumento.

2.25 Para as veiculações em mídias de massa, tais como TV aberta, rádio, jornal, revista e internet, disponibilizar relatório de comprovação das veiculações respectivas, produzido por empresa independente e especializada em aferição ou auditoria de veiculação de mídia, quando possível.

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

2.27 A contratada poderá, sob demanda, ser responsável pelo projeto de comunicação visual de eventos e feiras, tais como a concepção visual e a elaboração de peças.

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

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

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

2.31 A abrangência da prestação de serviços será estadual (Estado do Piauí), podendo em ações específicas ter abrangência nacional.



### 3. VALOR DO CONTRATO

3.1. Para a prestação dos serviços serão contratadas 2 (duas) agências de propaganda, doravante denominadas agências, licitantes ou contratadas, cujo valor estimado do contrato será de **R\$ 3.000.000,00 (Três milhões de reais)**.

3.2. Caberá a cada uma das duas agências contratadas o valor mínimo de serviços correspondente a 15% (quinze por cento) da verba efetivamente utilizada pelo SEBRAE/PI para o período de 12 (doze) meses, contados a partir da data de assinatura do contrato.

3.3. A garantia de cota mínima individual prevista para as contratadas será mantida na hipótese de prorrogação do contrato, podendo ser reavaliada a critério exclusivo do SEBRAE/PI.

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

3.5. A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no item 1.

3.6 A execução dos serviços listados neste Termo de Referência, inclusive outros que se incluam no âmbito de atuação das agências de publicidade, constituirá mera expectativa em favor das empresas contratadas.

3.7 No caso de serviços de terceiros, a contratada deverá apresentar, sempre, três orçamentos para aprovação final do SEBRAE/PI.

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

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

### 4. PRAZO PARA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

4.1 O atendimento das agências deverá ser feito no edifício Sede do SEBRAE-PI, em Teresina.

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

ITEM	PRODUTO	PRAZO
01	Criação, finalização e entrega de campanhas publicitárias e planos de mídia.	Até 7 dias úteis
02	Criação, finalização e entrega de material eletrônico didático e institucional.	Até 7 dias úteis
03	Produção e entrega de peças publicitárias gráficas.	Até 5 dias úteis
04	Produção eletrônica com duração entre 30 e 60 segundos.	Até 5 dias úteis

05	Produção eletrônica com duração acima de 60 segundos	Até 7 dias úteis
06	Produção gráfica simples.	Até 3 dias úteis
07	Editoração gráfica simples.	Até 5 dias úteis
08	Produção gráfica complexa.	Até 10 dias úteis
09	Criação e produção de <i>homepages</i> interna e externa ou qualquer outro material interativo.	Até 15 dias úteis

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

4.4 O atendimento ao SEBRAE/PI deverá ser imediato (em até 60 minutos) após a solicitação dos serviços, e os prazos para realização dos mesmos deverão seguir orientações do SEBRAE-PI, conforme item 4.2 deste termo de referência.

4.5 Os serviços descritos no objeto serão realizados mediante comunicação por escrito deste SEBRAE-PI, autorizado pelo gestor do projeto e/ou programa, sob a supervisão direta da Gerência da Unidade de Marketing e Comunicação.

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

## **5. DESCRIÇÃO DAS FUNÇÕES E QUALIFICAÇÕES NECESSÁRIAS DA EQUIPE TÉCNICA BÁSICA**

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

5.1.1. Função: Gerente de Conta ou de Atendimento, exclusivo para a conta

5.1.1.1. Quantidade: 01 (um)

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

5.1.1.3. Experiência profissional: ter atuado como Gerente de Atendimento em empresas de comunicação e propaganda.

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

5.1.2. Função: Diretor de Criação

5.1.2.1. Quantidade: 01 (um)

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

5.1.2.3. Experiência profissional: ter atuado como diretor de criação em empresas de comunicação e propaganda.

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

5.1.3. Função: Diretor de Arte

5.1.3.1. Quantidade: 01 (um)

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



5.1.3.3. Experiência profissional: ter atuado como diretor de arte em empresas de comunicação e propaganda.

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

5.1.4. Função: Gerente de mídia

5.1.4.1. Quantidade: 01 (um)

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

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

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

5.1.5. Função: Coordenador de Produção Gráfica

5.1.5.1. Quantidade: 01 (um)

5.1.5.2. Qualificação Acadêmica: curso especializado em produção gráfica

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

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

5.1.6. Função: Gerente de Planejamento

5.1.6.1. Quantidade: 01 (um)

5.1.6.2. Qualificação Acadêmica: Administração ou Publicidade ou Comunicação Social

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

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

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

## **6. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

6.1. Iniciar as atividades no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, a partir da assinatura do contrato.

6.2. Designar um profissional da contratada (gerente de conta, ou de atendimento) que seja responsável pelo relacionamento estratégico com o SEBRAE-PI, com autonomia para tomar decisões que impactem no bom andamento dos serviços.

6.3. Informar ao SEBRAE/PI todos os acontecimentos inerentes às atividades objeto deste instrumento.

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

6.5. Cumprir todas as exigências deste instrumento.



6.6. Manter sigilo acerca de todos os dados e informações que tiver acesso por ocasião da prestação dos serviços contratados.

6.6.1. Não utilizar a marca Sebrae ou qualquer material por ele desenvolvido, assim como os dados dos clientes a que tenha acesso, em ações desenvolvidas pela contratada fora do âmbito de atuação contratual.

6.6.2. Tratar todas as informações a que tenha acesso em função do presente instrumento em caráter de estrita confidencialidade, agindo com diligência para evitar sua divulgação verbal ou escrita, ou permitir o acesso, seja por ação ou omissão, a qualquer terceiro.

6.6.3. Divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste instrumento, que envolva o nome do Sebrae, somente mediante sua prévia e expressa autorização.

6.6.4. Manter por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos em decorrência do contrato, sobretudo quanto à estratégia de atuação do SEBRAE-PI.

6.7. Manter, durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação exigidas na licitação que deu origem ao contrato.

6.8. Prestar esclarecimentos ao SEBRAE/PI sobre eventuais atos ou fatos noticiados que envolvam a contratada, independentemente de solicitação.

6.9. Ser responsável pela qualidade e entrega do objeto licitado de acordo com o Termo de Referência, principalmente no que se refere aos prazos pactuados.

6.10. Atender às determinações da fiscalização do SEBRAE-PI.

6.11. Responsabilizar-se por toda a coordenação e orientação técnica inerente ao implemento e à execução das rotinas previstas neste instrumento, devendo manter o padrão de qualidade dos serviços prestados e dos profissionais designados.

6.12. Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões de serviço entre o SEBRAE/PI e contratada, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambas as partes tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

6.12.1. Esses relatórios deverão ser enviados pela contratada ao SEBRAE/PI até o prazo máximo de 02 (dois) dias úteis após a realização do contato e/ou reunião.

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

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

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





- 6.15. 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.
- 6.16. Responder integralmente por todos os encargos sociais, fiscais, seguros, indenizações e outros dispêndios ocasionados pelo vínculo empregatício com relação aos seus empregados que prestam serviços para o SEBRAE-PI, por constituírem ônus exclusivos da contratada. Em decorrência, a contratada assumirá prontamente, de forma integral e sem quaisquer limitações, todas as responsabilidades, isentando o SEBRAE-PI, expressa e inquestionavelmente, de qualquer litígio ou despesa.
- 6.17. 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 instrumento.
- 6.18. Responder civil ou criminalmente, por eventuais danos ou delitos causados por seus empregados, prepostos e/ou contratados ao SEBRAE/PI ou a terceiros, devendo indenizar todos os prejuízos ocasionados.
- 6.19. Reembolsar o SEBRAE-PI, caso seus empregados, prepostos e/ou contratados causem danos materiais ao patrimônio deste.
- 6.20. Em reclamações trabalhistas, eventualmente propostas por seus empregados, prepostos ou ex-funcionários envolvendo o SEBRAE-PI, a contratada responsabilizar-se-á pela defesa, inclusive por custos, despesas e honorários advocatícios, bem como pelo cumprimento das decisões judiciais, isentando ainda o SEBRAE/PI de quaisquer responsabilidades e/ou ônus decorrentes direta ou indiretamente dos referidos processos judiciais.
- 6.21. Responsabilizar-se pelos danos causados ao SEBRAE/PI ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo na execução dos serviços.
- 6.22. Responsabilizar-se por quaisquer acidentes de que possam ser vítimas seus empregados e prepostos, quando nas dependências do SEBRAE-PI, ou em qualquer outro local onde estejam prestando os serviços, devendo adotar as providências que, a respeito, exigir a legislação em vigor.
- 6.23. Manter entendimento com o SEBRAE-PI, objetivando evitar interrupções ou paralisações na execução dos serviços.
- 6.24. Solucionar todos os eventuais problemas pertinentes ou relacionados com a execução dos serviços, mesmo que para isso outra solução não prevista tenha que ser apresentada, para aprovação e implementação, sem ônus adicionais para o SEBRAE-PI.
- 6.25. Responsabilizar-se por todas as despesas com materiais, mão-de-obra, transportes, hospedagem, equipamentos, máquinas, impostos, seguros, taxas, tributos, incidências fiscais, trabalhistas, previdenciárias, salários, custos diretos e indiretos, encargos sociais e contribuições de qualquer natureza ou espécie, necessários à perfeita execução do objeto deste instrumento.
- 6.26. Realizar, com seus próprios recursos, todos os serviços relacionados ao objeto deste instrumento, de acordo com as especificações ora estipuladas.



6.27. Responder, perante o SEBRAE/PI e terceiros, por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de sua omissão, na condição dos serviços de sua responsabilidade, ou por erro seu na execução dos serviços.

6.28. A assinatura do contrato não implicará ao SEBRAE/PI vínculo ou obrigação trabalhista, direta ou indireta, de qualquer natureza, obrigando-se ainda a contratada a manter o SEBRAE/PIa salvo de qualquer litígio, assumindo todas as obrigações fiscais, trabalhistas e previdenciárias referentes ao pessoal alocado para o cumprimento do presente objeto.

6.29. Manter comunicação frequente com o SEBRAE-PI, oferecendo-lhe informações acerca do andamento dos serviços e da evolução dos processos permitindo, assim, eventuais adequações e ajustes que se façam necessários.

6.30. Apresentar, em até 5 (cinco) dias úteis após a assinatura do instrumento contratual, os documentos relativos aos profissionais vinculados ao contrato: relação nominal dos profissionais, currículos detalhados e comprovação de experiência.

6.30.1. Comprovar vínculo com todos os membros da equipe técnica, mediante a apresentação de copia da anotação na carteira de trabalho ou contrato de prestação de serviços e, no caso de sócio, mediante a apresentação do ato constitutivo que comprove essa condição.

6.31. Substituir de imediato, sempre que exigido pelo SEBRAE-PI, e independentemente de justificativa por parte deste, qualquer empregado ou contratado cuja atuação, permanência ou comportamento sejam julgados inconvenientes ou insatisfatórios ao interesse do SEBRAE-PI.

6.32. Os profissionais integrantes da equipe técnica deverão, obrigatoriamente, participar das atividades realizadas pela contratada. Não serão permitidas substituições de profissionais, senão por motivo justificado e aceito pelo SEBRAE-PI.

6.33. Os profissionais indicados somente poderão ser substituídos, desde que os substitutos possuam qualificações iguais ou superiores, comparadas com aquelas que possuíam os substituídos, dependendo a substituição da anuência expressa do SEBRAE-PI, o que se efetivará após a análise dos mesmos documentos exigidos neste instrumento, emitidos em favor dos substitutos.

6.34. Responsabilizar-se por todas as despesas de produção, materiais, mão-de-obra, transportes, hospedagem, equipamentos, máquinas, locomoção, alimentação, uso de telefone (fixo ou celular) e internet, impostos, seguros, taxas, tributos, incidências fiscais, trabalhistas, previdenciárias, salários, custos diretos e indiretos, encargos sociais e contribuições de qualquer natureza ou espécie, necessários à perfeita execução do objeto.

6.35. Dedicar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações junto a terceiros e transferir, integralmente, ao SEBRAE/PI 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-PI, caso este venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

6.36. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos para os direitos autorais, imagem, som, voz (atores e modelos), obras de arte e outros nos casos de utilização e reutilização em peças publicitárias pelo SEBRAE-PI.



6.37. 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 deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.

6.38. Obter aprovação prévia do SEBRAE-PI, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este instrumento.

6.39. Produzir, após a respectiva aprovação do serviço pelo SEBRAE-PI, cópias de filmes para TV, spots para rádio, jingles, entre outros, inclusive em sistema profissional solicitado pelo SEBRAE-PI, bem como, fotolito e provas de fotolito de peças para mídia e/ou impressão.

6.40. Orientar e supervisionar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pelo SEBRAE-PI.

6.41. Entregar ao SEBRAE-PI, 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.

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

6.43. A contratada deverá apresentar ao SEBRAE/PI cópias dos respectivos documentos fiscais que comprovem os pagamentos em favor dos terceiros, até dez dias após sua realização.

## **7. OBRIGAÇÕES DO SEBRAE PIAUÍ**

7.1. Designar um profissional para atuar como gestor do contrato firmado entre as partes, que servirá de contato com o responsável da contratada (gerente de conta, ou de atendimento) para gestão, acompanhamento e esclarecimentos que porventura se fizerem necessários durante a vigência do contrato.

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

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

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

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

7.5. Fica assegurado ao SEBRAE/PI o direito de exigir e obter imediatamente a substituição de qualquer empregado e/ou preposto da contratada, notadamente quando verificada a falta de qualificação, zelo e dedicação na execução das tarefas, ou outros comportamentos que prejudiquem as atividades e resultados, objeto deste instrumento.



7.6. Fornecer material institucional em mídia, impressa ou digital para que a contratada repasse as informações à mão-de-obra contratada, para que a mesma fique alinhada aos objetivos do SEBRAE-PI.

## **8. DIREITOS AUTORAIS**

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

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

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

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

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

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

## **9. COMPROMISSO COM A RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL**

9.1 As contratadas se comprometem a promover, sempre, o uso racional de recursos e equipamentos, de forma a evitar e prevenir o desperdício de insumos e materiais consumidos, bem como a geração excessiva de resíduos, a fim de atender às diretrizes da responsabilidade socioambiental, bem como prever a destinação ambiental adequada dos restos de materiais e produtos, que deverão ser adequadamente separados, para posterior descarte, em conformidade com a legislação ambiental e sanitária vigente e eventual plano de manejo.

**Maria das Graças S. Batista**

Gerente UMC – Unidade de Marketing e Comunicação



### ANEXO III - DECLARAÇÃO DE MICROEMPRESA E EMPRESA DE PEQUENO PORTE

(modelo)

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

Local e Data

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



#### ANEXO IV - PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS À VALORAÇÃO

A Empresa \_\_\_\_\_ com sede na cidade de \_\_\_\_\_, na (rua, avenida etc) \_\_\_\_\_, nº. \_\_\_\_\_, inscrita no CNPJ/MF sob o nº. \_\_\_\_\_, neste ato representada por \_\_\_\_\_, abaixo assinado, PROPÕE ao SEBRAE/PI – SERVIÇO DE APOIO ÀS

MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO PIAUI, a prestação do objeto da Concorrência SEBRAE/PI n. 001/2018, conforme as amostras fornecidas, nas seguintes condições:

a) Desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Piauí (*entre 0% e 80%*) de: \_\_\_\_\_% ( \_\_\_\_\_ por cento );

b) Percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, cuja utilização pelo SEBRAE/PI proporcione à agência desconto-padrão concedido por veículos de divulgação (*entre 5% e 10%*) de: \_\_\_\_\_% ( \_\_\_\_\_ por cento );

c) Percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, cuja utilização pelo SEBRAE/PI não proporcione à agência desconto-padrão concedido por veículos de divulgação (*entre 5% e 15%*) de: \_\_\_\_\_% ( \_\_\_\_\_ por cento );

d) Percentual de repasse do desconto-padrão de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação (*entre 0 e 2 pontos percentuais*) de: \_\_\_\_\_% ( \_\_\_\_\_ por cento ).

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

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

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

DECLARAMOS conhecer e concordar com os termos do Edital da Concorrência SEBRAE/PI n. 001/2018 e seus anexos.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2018.

Assinatura do Representante Legal da Empresa Licitante e Nome legível

**(Em papel timbrado e/ou com o carimbo do CNPJ da Empresa)**

ANEXO V – TABELA SINAPRO

Tabela Sinapro Piauí/2014 [http://sinapro piaui.com.br/Tabela\\_de\\_Precos.pdf](http://sinapro piaui.com.br/Tabela_de_Precos.pdf) válida para 2018 conforme cita o site da entidade em <http://sinapro piaui.com.br/>





CD XXX/2018

**CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS  
DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA QUE  
ENTRE SI CELEBRAM O SERVIÇO DE APOIO  
ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO  
PIAUI – SEBRAE/PI E A EMPRESA  
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX.**

**PARTES:**

**I.** Por este bastante instrumento Particular, o **SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO PIAUI – SEBRAE/PI**, Serviço Social Autônomo, constituído sob a forma de sociedade civil sem fins lucrativos, com sede e foro na cidade de Teresina, Capital do Estado do Piauí, à Avenida Campos Sales, 1046, Centro, inscrito no CNPJ/MF sob nº 06.665.129/0001-03, doravante denominado **CONTRATANTE**, neste ato representado por seus Diretores:

- a) Superintendente **MÁRIO JOSÉ LACERDA DE MELO**, brasileiro, casado, Advogado, portador da Cédula de Identidade nº 3.728.608 expedida pela SSP/PE e inscrito no CPF/MF sob nº 666.542.704-87, e
- b) Administrativo Financeiro **ULYSSES GONÇALVES NUNES DE MORAES**, brasileiro, casado, Empresário, inscrito no CPF/MF sob nº 217.308.813-00 e portador da Cédula de Identidade nº 511.177, expedida pela SSP/PI

**II.** **XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX** com sede e foro na cidade de **XXXXXXXXXX - XX**, na Rua **XXXXXXXX, XXXXXX, Bairro XXXXXX, CEP XXXX-XXX**, inscrita no CNPJ/MF sob o nº. **XXXXXXXXXXXXXX**, doravante denominada **CONTRATADA**, neste ato, representada por **XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX**, brasileiro, casado, residente e domiciliada na cidade de **XXXXXXXXXX - XX**, na Rua **XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX, XXXXXX, Bairro XXXXXX, CEP XXXX-XXX**, inscrito no CPF/MF sob o nº. **XXX.XXX.XXX-XX** e portadora da Cédula de Identidade nº. **XXXXXXXXXX**, expedida pela SSP/XX.

**DO FUNDAMENTO LEGAL**

A presente contratação tem como fundamento jurídico o processo licitatório nº 007/2018 e Concorrência n.º 001/2018 – SEBRAE/PI, elaborados com base no Regulamento de Licitações e de Contratos do Sistema SEBRAE, aprovado pela Resolução CDN n.º 213/2011, e Despacho Homologatório, que integram este Contrato, e que as partes declaram conhecer e aceitar.

**CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO**

O objeto do presente contrato é a prestação de serviços de publicidade compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de publicidade, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir idéias, princípios, iniciativas e de informar o público, sobre produtos, serviços e ações em geral do SEBRAE/PI, compreendendo as atividades a seguir:

1. Elaboração do plano publicitário, incluindo a concepção das mensagens, marcas e peças (Criação) e o estudo dos meios e Veículos que, segundo técnicas adequadas, assegurem a melhor cobertura dos públicos e/ou dos mercados objetivados (Planejamento de Mídia);
2. Execução do plano publicitário, incluindo orçamento e realização das peças publicitárias (Produção) e a compra, distribuição e controle da publicidade nos veículos contratados (Execução de Mídia);
3. Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado onde conceito, idéia, marca, produto ou serviço encontrem melhor possibilidade de assimilação.
4. Identificação e análise das idéias, marcas, produtos ou serviços concorrentes;
5. Assessoramento, apoio, contratação e desenvolvimento de pesquisas de opinião e de mercado e outras que se fizerem necessárias à execução ou ao subsídio da estratégia de divulgação aprovada;
6. Planejamento, concepção, criação de mensagens e peças para comunicação digital e posterior desenvolvimento, realização, produção e implementação do material aprovado;
7. O planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas;
8. A produção e a execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
9. A criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

**Parágrafo Primeiro:** A execução dos serviços se constitui em mera expectativa em favor da CONTRATADA, pelo que poderá o **SEBRAE/PI** contratá-los com outras empresas, não cabendo direito de preferência. Sendo a CONTRATADA chamada a prestar esses serviços deverá apresentar proposta de preços, que ficará sujeita à aprovação





do **SEBRAE/PI**. Será verificada a sua compatibilidade com os preços de mercado, sendo a remuneração devida de conformidade com a proposta aprovada.

**Parágrafo Segundo:** A estimativa de verba publicitária para cobertura das despesas referentes a esta contratação será destinada à execução dos dois contratos oriundos da Concorrência n.º 001/2018 – SEBRAE/PI, sendo que a CONTRATADA, ao assinar este contrato se obriga a acatar a distribuição da verba prevista na CLAÚSULA SÉTIMA, Parágrafo Primeiro.

#### **CLAÚSULA SEGUNDA - DAS INCIDÊNCIAS FISCAIS**

Os impostos, taxas, emolumentos, contribuições fiscais e para fiscais 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.

#### **CLAÚSULA TERCEIRA - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

Sem prejuízo das disposições contidas na Concorrência n.º 01/2018 – SEBRAE/PI e seus anexos, a CONTRATADA fica obrigada a:

1. Iniciar as atividades no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, a partir da assinatura do contrato;
2. Designar um profissional da contratada (gerente de conta, ou de atendimento) que seja responsável pelo relacionamento estratégico com o SEBRAE/PI, com autonomia para tomar decisões que impactem no bom andamento dos serviços;
3. Informar ao SEBRAE/PI todos os acontecimentos inerentes às atividades objeto deste instrumento;
4. Comprovar, a qualquer momento, o pagamento dos tributos que incidirem sobre a execução dos serviços prestados;
5. Cumprir todas as exigências deste instrumento;
6. Manter sigilo acerca de todos os dados e informações que tiver acesso por ocasião da prestação dos serviços contratados;
  - 6.1. Não utilizar a marca Sebrae ou qualquer material por ele desenvolvido, assim como os dados dos clientes a que tenha acesso, em ações desenvolvidas pela CONTRATADA fora do âmbito de atuação contratual;
  - 6.2. Tratar todas as informações a que tenha acesso em função do presente instrumento em caráter de estrita confidencialidade, agindo com diligência para evitar sua divulgação verbal ou escrita, ou permitir o acesso, seja por ação ou omissão, a qualquer terceiro;
  - 6.3. Divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste instrumento, que envolva o nome do Sebrae, somente mediante sua prévia e expressa autorização;
  - 6.4. Manter por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos em decorrência do contrato, sobretudo quanto à estratégia de atuação do SEBRAE/PI;
7. Manter, durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação exigidas na licitação que deu origem ao contrato;
8. Prestar esclarecimentos ao SEBRAE/PI sobre eventuais atos ou fatos noticiados que envolvam a contratada, independentemente de solicitação;
9. Atender às determinações da fiscalização do SEBRAE/PI;
10. Responsabilizar-se por toda a coordenação e orientação técnica inerente ao implemento e à execução das rotinas previstas neste instrumento, devendo manter o padrão de qualidade dos serviços prestados e dos profissionais designados;
11. Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões de serviço entre o SEBRAE/PI e contratada, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambas as partes tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.
  - 11.1. Esses relatórios deverão ser enviados pela contratada ao SEBRAE/PI até o prazo máximo de 02 (dois) dias úteis após a realização do contato e/ou reunião;
  - 11.2. Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, o SEBRAE/PI solicitará a necessária correção, no prazo máximo de dois dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório;
12. Cumprir todas as leis e imposições federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa;
13. Cumprir a legislação trabalhista com relação a seus funcionários, e quando for o caso, com relação a funcionários de terceiros contratados;
14. 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;
15. Responder integralmente por todos os encargos sociais, fiscais, seguros, indenizações e outros dispêndios ocasionados pelo vínculo empregatício, com relação aos seus empregados que prestam serviços para o SEBRAE/PI, por constituírem ônus exclusivos da contratada. Em decorrência, a contratada assumirá prontamente, de forma integral e sem



quaisquer limitações, todas as responsabilidades, isentando o SEBRAE/PI, expressa e inquestionavelmente, de qualquer litígio ou despesa;

16. 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 instrumento;

17. Responder civil ou criminalmente, por eventuais danos ou delitos causados por seus empregados, prepostos e/ou contratados ao SEBRAE/PI ou a terceiros, devendo indenizar todos os prejuízos ocasionados;

18. Reembolsar o SEBRAE/PI, caso seus empregados, prepostos e/ou contratados causem danos materiais ao patrimônio deste;

19. Em reclamações trabalhistas, eventualmente propostas por seus empregados, prepostos ou ex-funcionários envolvendo o SEBRAE/PI, a contratada responsabilizar-se-á pela defesa, inclusive por custos, despesas e honorários advocatícios, bem como pelo cumprimento das decisões judiciais, isentando ainda o SEBRAE/PI de quaisquer responsabilidades e/ou ônus decorrentes direta ou indiretamente dos referidos processos judiciais;

20. Responsabilizar-se pelos danos causados ao SEBRAE/PI ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo na execução dos serviços;

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

22. Manter entendimento com o SEBRAE/PI, objetivando evitar interrupções ou paralisações na execução dos serviços;

23. Solucionar todos os eventuais problemas pertinentes ou relacionados com a execução dos serviços, mesmo que para isso outra solução não prevista tenha que ser apresentada, para aprovação e implementação, sem ônus adicionais para o SEBRAE/PI;

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

25. Realizar, com seus próprios recursos, todos os serviços relacionados ao objeto deste instrumento, de acordo com as especificações ora estipuladas;

26. Responder, perante o SEBRAE/PI e terceiros, por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de sua omissão, na condição dos serviços de sua responsabilidade, ou por erro seu na execução dos serviços;

27. A assinatura do contrato não implicará ao SEBRAE/PI vínculo ou obrigação trabalhista, direta ou indireta, de qualquer natureza, obrigando-se ainda a contratada a manter o SEBRAE/PI a salvo de qualquer litígio, assumindo todas as obrigações fiscais, trabalhistas e previdenciárias referentes ao pessoal alocado para o cumprimento do presente objeto;

28. Manter comunicação freqüente com o SEBRAE/PI, oferecendo-lhe informações acerca do andamento dos serviços e da evolução dos processos permitindo, assim, eventuais adequações e ajustes que se façam necessários;

29. Apresentar, em até 5 (cinco) dias úteis após a assinatura do instrumento contratual, os documentos relativos aos profissionais vinculados ao contrato: relação nominal dos profissionais, currículos detalhados e comprovação de experiência;

29.1. Comprovar vínculo com todos os membros da equipe técnica, mediante a apresentação de cópia da anotação na carteira de trabalho ou contrato de prestação de serviços e, no caso de sócio, mediante a apresentação do ato constitutivo que comprove essa condição;

30. Substituir de imediato, sempre que exigido pelo SEBRAE/PI, e independentemente de justificativa por parte deste, qualquer empregado ou contratado cuja atuação, permanência ou comportamento sejam julgados inconvenientes ou insatisfatórios ao interesse do SEBRAE/PI;

31. Os profissionais integrantes da equipe técnica deverão, obrigatoriamente, participar das atividades realizadas pela contratada. Não serão permitidas substituições de profissionais, senão por motivo justificado e aceito pelo SEBRAE/PI;

32. Os profissionais indicados somente poderão ser substituídos, desde que os substitutos possuam qualificações iguais ou superiores, comparadas com aquelas que possuíam os substituídos, dependendo a substituição da anuência expressa do SEBRAE/PI, o que se efetivará após a análise dos mesmos documentos exigidos neste instrumento, emitidos em favor dos substitutos;

33. Responsabilizar-se por todas as despesas de produção, materiais, mão-de-obra, transportes, hospedagem, equipamentos, máquinas, locomoção, alimentação, uso de telefone (fixo ou celular) e internet, impostos, seguros, taxas, tributos, incidências fiscais, trabalhistas, previdenciárias, salários, custos diretos e indiretos, encargos sociais e contribuições de qualquer natureza ou espécie, necessários à perfeita execução do objeto;

34. Dedicar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações junto a terceiros e transferir, integralmente, ao SEBRAE/PI 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/PI, caso este venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado;

35. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos para os direitos autorais, imagem, som, voz (atores e modelos), obras de arte e outros nos casos de utilização e reutilização em peças publicitárias pelo SEBRAE/PI;

36. 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 deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito;

37. Obter aprovação prévia do SEBRAE/PI, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este instrumento;

38. Produzir, após a respectiva aprovação do serviço pelo SEBRAE/PI, cópias de filmes para TV, spots para rádio, jingles, entre outros, inclusive em sistema profissional solicitado pelo SEBRAE/PI, bem como, fotolito e provas de fotolito de peças para mídia e/ou impressão;

39. Orientar e supervisionar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pelo Sebrae Piauí;

40. Entregar ao Sebrae Piauí, 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;

41. Os pagamentos a terceiros por serviços prestados, incluídos os de veiculação, serão efetuados, pela contratada, nos prazos e condições previamente aprovados pelo SEBRAE/PI e expressos pelos fornecedores em seus documentos fiscais;

42. A contratada deverá apresentar ao SEBRAE/PI cópias dos respectivos documentos fiscais que comprovem os pagamentos em favor dos terceiros, até dez dias após sua realização;

43. Providenciar o cadastro prévio, junto ao SEBRAE/PI, das empresas que eventualmente vierem a ser subcontratadas para o fornecimento de bens ou serviços especializados, relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste instrumento;

43.1. O rol de empresas cadastradas a que se refere o item anterior não se limitará àquele providenciado pela contratada;

#### **CLÁUSULA QUARTA - DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE**

Constituem obrigações do SEBRAE/PI, além das demais previstas neste Contrato ou dele decorrentes:

1. Designar um profissional para atuar como gestor do contrato firmado entre as partes, que servirá de contato com o responsável da contratada (gerente de conta, ou de atendimento) para gestão, acompanhamento e esclarecimentos que porventura se fizerem necessários durante a vigência do contrato.

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

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

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

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

5. Fica assegurado ao SEBRAE/PI o direito de exigir e obter imediatamente a substituição de qualquer empregado e/ou preposto da contratada, notadamente quando verificada a falta de qualificação, zelo e dedicação na execução das tarefas, ou outros comportamentos que prejudiquem as atividades e resultados, objeto deste instrumento.

6. Fornecer material institucional em mídia, impressa ou digital para que a contratada repasse as informações à mão-de-obra contratada, para que a mesma fique alinhada aos objetivos do SEBRAE/PI.

#### **CLÁUSULA QUINTA - DA FISCALIZAÇÃO**

No **SEBRAE/PI** o presente contrato terá como Gestor e Fiscal, respectivamente, os empregados Maria das Graças de Sousa Batista e Carlos Augusto Ferreira Lima, ambos lotados na UMC - Unidade de Marketing e Comunicação, com as seguintes atribuições:

##### **I - ATRIBUIÇÕES DO GESTOR DO CONTRATO**

a) Zelar, quando necessário, pelas questões relativas à prorrogação do instrumento contratual em prazo hábil, evitando a descontinuidade do fornecimento, reunindo as justificativas competentes;

b) Zelar quando for o caso, pelas questões relativas às repactuações, revisões e/ou reajustes em prazo hábil, reunindo as justificativas competentes.

##### **II - ATRIBUIÇÕES DO FISCAL DO CONTRATO**

- a) Atestar, sempre que viável, as entregas, observando o que dispuser o instrumento contratual;
- b) Comunicar tempestivamente ao Gestor dos Contratos as necessidades de alterações de interesse do SEBRAE/PI, que deverão ser formalizadas e devidamente fundamentadas;
- c) Fornecer, solicitar e/ou elaborar justificativa técnica, quando couber;
- d) Registrar todas as ocorrências observadas durante a execução do contrato, devendo oficialiar a empresa contratada acerca das falhas apontadas, concedendo prazo para manifestação.
- e) Receber e analisar as justificativas da empresa contratada, dar conhecimento aos interessados e encaminhamento necessários em situações de aplicação de penalidades;
- f) Implantar medidas com vistas a sanar eventuais falhas identificadas durante a execução do contrato, buscando sempre o cumprimento integral das obrigações de cada uma das partes envolvidas;
- g) Fornecer, sempre que requisitado, informações dos contratos sob sua responsabilidade;
- h) Guardar os documentos e demais instrumentos que possibilitem promover a supervisão, gestão e o acompanhamento da execução contratual de forma eficaz;
- i) Promover o Controle da Utilização da Verba prevista na Cláusula Sétima, bem como zela pela distribuição dos serviços de forma a obedecer os limites percentuais ali previstos.
- j) Sempre que necessário solicitar autorização formal da Diretoria para promover alteração nos valores disponíveis para medições no módulo de contratos e encaminhar o pedido ao Setor de Contratos.

**Parágrafo Primeiro** - O empregado designado Fiscal do Contrato é, também, a autoridade competente para identificar inconsistências no cumprimento e na execução do termo celebrado, estando obrigado a tomar a iniciativa para corrigir as falhas e exigir da empresa contratada o fiel cumprimento das condições convencionadas.

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

#### **CLÁUSULA SEXTA - DA VIGÊNCIA**

O prazo de vigência do presente contrato será de 12 (doze) meses, contados a partir da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado por iguais períodos ou fração, desde que haja interesse das partes, até o limite de sessenta meses, computando-se o primeiro período da contratação.

#### **CLÁUSULA SÉTIMA – DO VALOR ESTIMADO DO CONTRATO**

Para a prestação dos serviços o valor estimado do contrato será de R\$ 3.000.000,00 (Três milhões de reais).

**Parágrafo Primeiro:** Caberá a cada uma das duas agências contratadas o valor mínimo de serviços correspondente a 15% (quinze por cento) da verba efetivamente utilizada pelo **SEBRAE/PI** para o período de 12 (doze) meses, contados a partir da data de assinatura do contrato.

**Parágrafo Segundo:** A garantia da cota mínima individual prevista as Contratadas será mantida na hipótese de prorrogação do Contrato, podendo ser reavaliada a critério exclusivo do **SEBRAE/PI**.

**Parágrafo Terceiro:** A agência atuará por ordem e conta do **SEBRAE/PI**, nos termos do Regulamento de Licitações e de Contratos do Sistema SEBRAE, aprovado através da Resolução nº 213 de 18 de maio de 2011 publicado no D.O.U. nº 100 de 26 de maio de 2011, Resoluções CDN nº 166/2008 e 168/2008, e artigos 42 e 45 da Lei complementar nº 123/2006.

**Parágrafo Quarto:** A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços objeto do presente contrato.

**Parágrafo Quinto:** A execução dos serviços listados neste Termo de Referência, inclusive outros que se incluam no âmbito de atuação das agências de publicidade, constituirá mera expectativa em favor das empresas contratadas.

**Parágrafo Sexto:** No caso de serviços de terceiros, a contratada deverá apresentar, sempre, três orçamentos para aprovação final do SEBRAE/PI.

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

**Parágrafo Oitavo:** O SEBRAE/PI reserva-se ao direito de contratar os serviços objeto desta contratação diretamente de fornecedores, desde que sejam observados os princípios licitatórios da instituição, exceto os veículos de comunicação, definidos pelo Artigo 4º da Lei Nº 4.680, que deverão ser contratados sempre pelas empresas contratadas.



#### CLÁUSULA OITAVA – DO PRAZO PARA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

O atendimento das agências deverá ser feito no edifício Sede do SEBRAE-PI, em Teresina. Os prazos para execução dos serviços provenientes deste contrato serão:

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

**Parágrafo Primeiro:** Os prazos referidos no item acima serão contados a partir da data de solicitação e do briefing encaminhados pela Unidade de Marketing e Comunicação à licitante. A ampliação do prazo de entrega, quando necessária, será discutida e aprovada pela Unidade de Marketing e Comunicação do SEBRAE-PI.

**Parágrafo Segundo:** O atendimento ao SEBRAE/PI deverá ser imediato (em até 60 minutos) após a solicitação dos serviços, e os prazos para realização dos mesmos deverão seguir orientações do SEBRAE-PI.

**Parágrafo Terceiro:** Os serviços descritos no objeto serão realizados mediante comunicação por escrito deste SEBRAE-PI, autorizado pelo gestor do projeto e/ou programa, sob a supervisão direta da Gerência da Unidade de Marketing e Comunicação.

**Parágrafo Quarto:** O não atendimento reiterado aos prazos exigidos pelo SEBRAE/PI será interpretado como descumprimento contratual, podendo ensejar as penalidades daí decorrentes.

#### CLÁUSULA NONA – DA DISTRIBUIÇÃO DOS SERVIÇOS

Os serviços serão prestados pelas duas agências de publicidade e propaganda melhores classificadas na licitação.

**Parágrafo Primeiro:** Os serviços serão solicitados às CONTRATADAS a critério exclusivo do SEBRAE/PI, podendo as mesmas ser demandadas isoladamente ou em grupo.

**Parágrafo Segundo:** As contratadas atuarão sempre após autorização emitida pelo SEBRAE/PI e não terão, particularmente, exclusividade ou preferência em relação a nenhum dos serviços.

#### CLÁUSULA DÉCIMA – DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

Os recursos financeiros para pagamento dos encargos decorrentes desta licitação serão provenientes do orçamento anual do SEBRAE/PI, sendo **rateados entre as Soluções**.

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

#### CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DA REMUNERAÇÃO – PREÇO DOS SERVIÇOS

A remuneração do presente contrato será feita com base nos seguintes preços:

- Desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Piauí (*entre 0% e 80%*) de: \_\_\_\_\_% ( \_\_\_\_\_ por cento );
- Percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, cuja utilização pelo SEBRAE/PI proporcione à agência desconto-padrão concedido por veículos de divulgação (*entre 5% e 10%*) de: \_\_\_\_\_% ( \_\_\_\_\_ por cento );
- Percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, cuja utilização pelo SEBRAE-PI não proporcione à agência desconto-padrão concedido por veículos de divulgação (*entre 5% e 15%*) de: \_\_\_\_\_% ( \_\_\_\_\_ por cento );
- Percentual de repasse do desconto-padrão de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação (*entre 0 e 2 pontos percentuais*) de: \_\_\_\_\_% ( \_\_\_\_\_ por cento ).

I. Desconto a ser concedido ao SEBRAE/PI sobre os custos internos, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Publicidade e Propaganda do Estado do Piauí de 75% (setenta e cinco por cento).



a) Os *layouts* reprovados não serão cobrados pela **CONTRATADA**.

II. Honorários de 0% (zero por cento) incidentes sobre os custos de produção comprovados, realizados com a efetiva intermediação da **CONTRATADA**, cuja utilização pelo **SEBRAE/PI** proporcione à agência o desconto padrão de agência a ser concedido por veículos de divulgação.

a). Esses honorários serão calculados sobre o preço líquido, assim entendido o preço efetivamente faturado, dele excluído o valor dos impostos cujo recolhimento seja de competência da **CONTRATADA**.

III. Honorários de 5% (cinco por cento) incidentes sobre os custos de produção comprovados, realizados com a efetiva intermediação da **CONTRATADA**, cuja utilização pelo **SEBRAE/PI** não proporcione à agência o desconto padrão de agência a ser concedido por veículos de divulgação.

a). Esses honorários serão calculados sobre o preço líquido, assim entendido o preço efetivamente faturado, dele excluído o valor dos impostos cujo recolhimento seja de competência da **CONTRATADA**.

IV. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo sobre o cachê original a ser pago pelo **SEBRAE/PI** a atores e modelos, pelos direitos de uso de imagem e de voz, será de 50% (por cento).

V. O valor inicialmente contratado poderá ser corrigido, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços – Disponibilidade Interna (IGPI-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

VI. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo sobre o valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pelo **SEBRAE/PI** aos detentores dos direitos patrimoniais de uso dessas obras, será de 70% (setenta por cento).

VII. O valor inicialmente contratado poderá ser corrigido, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços – Disponibilidade Interna (IGPI-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

VIII. 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/PI**, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela **CONTRATADA**, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pelo **SEBRAE/PI**.

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

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

#### **CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – 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.

**Parágrafo Primeiro:** Dos 20% (vinte por cento) de desconto de agência a que faz jus, a **CONTRATADA** repassará ao **SEBRAE/PI**, sob a forma de desconto, o equivalente a X,X% (por extenso) pontos percentuais e permanecerão com os restantes X,X% (por extenso) pontos percentuais, no ato de pagamento de cada uma das respectivas faturas, conforme previsto na Cláusula Décima Primeira deste Contrato.

**Parágrafo Segundo:** As partes renegociarão, no interesse do **SEBRAE/PI**, esse percentual de repasse, nos casos de alteração ou de prorrogação deste contrato.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - 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/PI**, 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/PI**.

**Parágrafo Primeiro:** Os documentos de controle (Notas Fiscais/Fatura) deverão ser apresentados juntamente com a Certidão Negativa de Débitos para com a Seguridade Social, Certificado de Regularidade de Situação para com o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS e Certidão Conjunta Negativa de Débitos relativos a Tributos Federais e a Dívida Ativa da União. Poderá ser feita consulta *on-line* ao SICAF para aferir a regularidade da CONTRATADA.

**Parágrafo Segundo:** Os pagamentos a terceiros por serviços prestados, incluídos os de veiculação, serão efetuados, pela **CONTRATADA**, nos prazos e condições previamente aprovados pelo SEBRAE e expressos pelos fornecedores em seus documentos fiscais.

**Parágrafo Terceiro:** A **CONTRATADA** deverá apresentar ao **SEBRAE/PI** cópias dos respectivos documentos fiscais que comprovem os pagamentos feitos a terceiros, até dez dias após sua realização.

**Parágrafo Quarto:** 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.

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

**Parágrafo Sexto:** O **SEBRAE/PI** 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.

**Parágrafo Sétimo:** O **SEBRAE/PI** 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 QUARTA – DAS ALTERAÇÕES CONTRATUAIS**

O presente Contrato poderá ser alterado por meio de termo aditivo, para complementação, acréscimo ao objeto, observado o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do Contrato, ou supressão, por acordo entre as partes, quando aplicável, desde que devidamente justificado pela Unidade de Atendimento Individual e autorizado pela autoridade superior do **SEBRAE/PI**.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - 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 até 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/PI**, 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/PI**;
- VI. Pela aplicação das penalidades acima, caberá, ainda, a critério do **SEBRAE/PI**, suspensão temporária do direito de contratar com o Sistema **SEBRAE/PI**, por prazo de até 2 (dois) anos.



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

O inadimplemento total ou parcial das obrigações contratuais assumidas.

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

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

#### **CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - DOS DIREITOS AUTORAIS**

Na execução deste contrato deverão ser atendidos os preceitos contidos na Lei 9.610 de 19.02.1998 e no Decreto nº 57.690 de 01/02/1966, em especial o que se segue:

1. A ideia utilizada na propaganda é, presumidamente, da Agência, não podendo ser explorada por outrem, sem que aquela, pela exploração, receba a remuneração justa, ressalvado o disposto no art. 454, da Consolidação das Leis do Trabalho.
2. Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão de direitos – definitiva ou por tempo limitado – será sempre considerada como já incluída no custo de produção. Em relação a terceiros fornecedores, deverá ser objeto de prévio orçamento.
3. A contratada se compromete a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) de arte(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos.
4. A contratada deverá apresentar ao SEBRAE/PI os contratos e quitações relativas a todos os direitos autorais e de imagem, de direito de uso de voz e o que mais for utilizado na elaboração da publicidade.
5. A critério do SEBRAE/PI, as peças criadas pela contratada poderão ser reutilizadas no âmbito do Sistema SEBRAE.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA - 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/PI**, 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 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;

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

**Parágrafo Segundo:** Rescindido o presente Contrato por culpa da **CONTRATADA**, o **SEBRAE/PI** 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 OITAVA - DOS ANEXOS**

Constitui parte integrante deste Contrato, independentemente de transcrição, o Edital da Concorrência nº 01/2018, 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 NONA – DA ANTICORRUPÇÃO**

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

**Parágrafo Primeiro** – A CONTRATADA assume que é expressamente contrária à prática de atos que atentem contra o patrimônio e a imagem do Sistema Sebrae.

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

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

**CLÁUSULA VIGÉSIMA- DO FORO**

Fica eleito o foro da cidade de Teresina-PI, para dirimir controvérsias oriundas da interpretação e aplicação do presente Contrato, com renúncia de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

E por estarem justas e contratadas, as partes assinam o presente instrumento em 04(quatro) vias de igual teor e forma, na presença de 2(duas) testemunhas que também o assinam.

Teresina (PI), XX de XXXXX de 2018.

**PELO SEBRAE/PI**

**MÁRIO JOSE LACERDA DE MELO**  
Diretor Superintendente

**ULYSSES GONÇALVES NUNES DE MORAES**  
Diretor Administrativo Financeiro

**MARIA DAS GRAÇAS DE SOUSA BATISTA**  
Gestora do Contrato

**CARLOS AUGUSTO FERREIRA LIMA**  
Fiscal do Contrato

**PELA CONTRATADA:**

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX  
XXXXXXXXXXXXX

**TESTEMUNHAS:**

\_\_\_\_\_  
CPF:

\_\_\_\_\_  
CPF:





**ANEXO VII - LEI Nº 4.680/1965 E DECRETO 4.563**

**Presidência da República**  
**Casa Civil**  
**Subchefia para Assuntos Jurídicos**

**LEI Nº 4.680, DE 18 DE JUNHO DE 1965.**

Dispõe sobre o exercício da profissão de Publicitário e de Agenciador de Propaganda e dá outras providências.

**O PRESIDENTE DA REPÚBLICA**, faço saber que o CONGRESSO NACIONAL decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

**CAPÍTULO I**

**Definições**

Art 1º São Publicitários aqueles que, em caráter regular e permanente, exerçam funções de natureza técnica da especialidade, nas Agências de Propaganda, nos veículos de divulgação, ou em quaisquer empresas nas quais se produza propaganda.

Art 2º Consideram-se Agenciadores de Propaganda os profissionais que, vinculados aos veículos da divulgação, a eles encaminhem propaganda por conta de terceiros.

Art 3º A Agência de Propaganda é pessoa jurídica, ... VETADO ..., e especializada na arte e técnica publicitária, que, através de especialistas, estuda, concebe, executa e distribui propaganda aos veículos de divulgação, por ordem e conta de clientes anunciantes, com o objetivo de promover a venda de produtos e serviços, difundir idéias ou informar o público a respeito de organizações ou instituições colocadas a serviço desse mesmo público.

Art 4º São veículos de divulgação, para os efeitos desta Lei, quaisquer meios de comunicação visual ou auditiva capazes de transmitir mensagens de propaganda ao público, desde que reconhecidos pelas entidades e órgãos de classe, assim considerados as associações civis locais e regionais de propaganda bem como os sindicatos de publicitários.

Art 5º Compreende-se por propaganda qualquer forma remunerada de difusão de idéias, mercadorias ou serviços, por parte de um anunciante identificado.

**CAPÍTULO II**

**Da Profissão de Publicitário**

Art 6º A designação profissional de Publicitário será privativa dos que se enquadram nas disposições da presente Lei.

§ 1º Os auxiliares que, nas Agências de Propaganda e outras organizações de propaganda, não colaborarem, diretamente, no planejamento, execução, produção e distribuição da propaganda terão a designação profissional correspondente às suas funções específicas.

§ 2º Nos casos em que profissionais de outras categorias exerçam funções nas Agências de Propaganda, tais profissionais conservarão os privilégios que a Lei lhes concede em suas respectivas categorias profissionais.

§ 3º Para efeitos de recolhimento do Imposto Sindical, os jornalistas registrados como redatores, revisores e desenhistas, que exerçam suas funções em Agências de Propaganda e outras empresas nas quais se execute propaganda, poderão optar entre o recolhimento para o sindicato de sua categoria profissional ou para o Sindicato dos Publicitários.

Art 7º A remuneração dos Publicitários não Agenciadores será baseada nas normas que regem os contratos comuns de trabalho, assegurando-se-lhes todos os benefícios de caráter social e previdenciário outorgados pelas Leis do Trabalho.

Art 8º O registro da profissão de Publicitário ficará instituído com a promulgação da presente Lei e tornar-se-á obrigatório no prazo de 120 (cento e vinte) dias para aqueles que já se encontrem no exercício da profissão.

Parágrafo único. Para o citado registro, o Serviço de Identificação Profissional do Ministério do Trabalho exigirá os seguintes documentos:

- a) 1 - diploma de uma escola ou curso de propaganda;
  - 2 - ou atestado de frequência, na qualidade de estudante;
  - 3 - ou, ainda, atestado do empregador;
- b) carteira profissional e prova de pagamento do Imposto Sindical, se já no exercício da profissão.

### CAPÍTULO III

#### Da profissão de Agenciador de Propaganda

Art 9º O exercício da profissão de Agenciador de Propaganda somente será facultado aos que estiverem devidamente identificados e inscritos nos serviços de identificação profissional do Departamento Nacional do Trabalho ...VETADO ...

Art 10. Para o registro de que trata o artigo anterior, os interessados deverão apresentar:

- a) prova de exercício efetivo da profissão, durante, pelo menos, doze meses, na forma de Carteira Profissional anotada pelo empregador, ou prova de recebimento de remuneração pela propaganda encaminhada a veículos de divulgação, durante igual período;
- b) atestado de capacitação profissional, concedido por entidades de classe;
- c) prova de pagamento do Imposto Sindical.

§ 1º Para os fins da comprovação exigida pela alínea a deste artigo, será facultado aos Agenciadores de Propaganda ainda não registrada ... VETADO... encaminharem propaganda aos veículos, desde que comprovem sua filiação ao sindicato de classe.

§ 2º O sindicato da classe manterá um registro dos Agenciadores de Propaganda, a que se refere o parágrafo anterior, para o fim de lhes permitir o exercício preparatório da profissão somente no decurso de doze meses, improrrogáveis.



§ 3º O registro da profissão de Agenciador de Propaganda tornar-se-á obrigatório no prazo de 120 (certo e vinte) dias para aqueles que já se encontram no exercício dessa atividade.

## CAPÍTULO IV

### Das Comissões e Descontos devidos aos Agenciadores e às Agências de Propaganda

Art 11. A comissão, que constitui a remuneração dos Agenciadores de Propaganda, bem como o desconto devido às Agências de Propaganda serão fixados pelos veículos de divulgação sôbre os preços estabelecidos em tabela.

Parágrafo único. Não será concedida nenhuma comissão ou desconto sôbre a propaganda encaminhada diretamente aos veículos de divulgação por qualquer pessoa física ou jurídica que não se enquadre na classificação de Agenciador de Propaganda ou Agências de Propaganda, como definidos na presente Lei.

Art 12. Não será permitido aos veículos de divulgação descontarem da remuneração dos Agenciadores de Propaganda, no todo ou em parte, os débitos não saldados por anunciantes, desde que sua propaganda tenha sido formal e previamente aceita pela direção comercial do veículo da divulgação.

Art 13. Os veículos de divulgação poderão manter a seu serviço Representantes (Contatos) junto a anunciantes e Agências de Propaganda, mediante remuneração fixa.

Parágrafo único. A função de Representantes (Contato) poderá ser exercida por Agenciador de Propaganda, sem prejuízo de pagamento de comissões, se assim convier às partes.

Art 14. Ficam assegurados aos Agenciadores de Propaganda, registrados em qualquer veículo de divulgação, todos os benefícios de caráter social e previdenciário outorgados pelas Leis do Trabalho.

## CAPÍTULO V

### Da fiscalização e Penalidades

Art 15. A fiscalização dos dispositivos desta Lei será exercida pelo Departamento Nacional do Trabalho, ... VETADO ... Delegacias... VETADO ... Regionais, assim como pelos sindicatos e associações de classe das categorias interessadas, que deverão representar às autoridades a respeito de quaisquer infrações.

Art 16. As infrações ao disposto nesta Lei serão punidas pelo órgão oficial fiscalizador com as seguintes penas, sem prejuízo das medidas judiciais adequadas e seus efeitos como de direito:

a) multa, nos casos de infração a qualquer dispositivo, a qual variará entre o valor da décima parte do salário-mínimo vigente na região e o máximo correspondente a dez vezes o mesmo salário-mínimo;

b) se a infração fôr a do parágrafo único do art. 11, serão multadas ambas as partes, à base de 10 (dez) a 50% (cinquenta por cento) sôbre o valor do negócio publicitário realizado.

Parágrafo único. Das penalidades aplicadas, caberá sempre recurso, no prazo de 10 (dez) dias, ... VETADO ...

## CAPÍTULO VI

### Disposições Gerais



Art 17. A atividade publicitária nacional será regida pelos princípios e normas do Código de Ética dos Profissionais da Propaganda, instituído pelo I Congresso Brasileiro de Propaganda, realizado em outubro de 1957, na cidade do Rio de Janeiro.

Art 18. ... VETADO ...

Art 19. ... VETADO ...

Art 20. A presente Lei, regulamentada pelo Ministério do Trabalho dentro de 30 (trinta) dias de sua publicação, entra em vigor na data dessa publicação.

Art 21. Revogam-se as disposições em contrário.

Brasília, 18 de junho de 1965; 144º da Independência e 77º da República

H. CASTELLO BRANCO  
*Moacyr Velloso Cardoso de Oliveira*

**Este texto não substitui o publicado no DOU de 21.6.1965**