



SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO ESTADO DE

RONDÔNIA

CONCORRÊNCIA N.º 01/2022

1- DA CONVOCAÇÃO

O Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado de Rondônia SEBRAE/RO, com sede na Avenida Campos Sales, 3421 – Olaria – Porto Velho - CEP 76.801-281, por intermédio do pregoeiro e da Comissão Permanente de Licitação, designados pela Portaria nº. 22 de maio de 2022, nos termos do Regulamento de Licitações e Contratos do Sistema SEBRAE, em sua versão atualizada em 25 de novembro de 2021 e pela Resolução CDN nº. 391/2021 que dispõe sobre o tratamento favorecido a ser dispensado às microempresas e empresas de pequeno porte, nos procedimentos licitatórios realizados no âmbito do Sistema SEBRAE, torna público que promoverá licitação, na modalidade de **CONCORRÊNCIA, TIPO TÉCNICA E PREÇO**, regida por este edital e seus anexos, em sessão pública, às **09h do dia 15 de agosto de 2022**, no endereço Av. Campos Sales 3421 – Olaria - CEP: 76801-281 em Porto Velho sede do SEBRAE/RO, onde serão recebidos os envelopes.

2- DO OBJETO

2.1. Contratação de serviços de publicidade e propaganda a serem prestados sob demanda ao Sebrae em Rondônia, por agência de publicidade, conforme especificações do objeto e Anexos.

3. DO VALOR

3.1. O valor global estimado para gastos com os serviços da presente Concorrência será de **R\$ 2.100.000,00 (dois milhões e cem mil reais)**, para um período de 12 (doze) meses.

3.2. A estimativa de **R\$ 2.100.000,00 (dois milhões e cem mil reais)** constitui-se em mera previsão dimensionada, não estando o Sebrae em Rondônia obrigado a realizá-la em sua totalidade, e não cabendo à Contratada o direito de pleitear qualquer tipo de reparação, portanto o Sebrae em Rondônia se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a verba prevista.

4 - DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

4.1. Somente poderão participar deste procedimento seletivo as licitantes legalmente constituídas no Brasil que atenderem a todas as condições de habilitação



estabelecidas no **item 6 deste Edital** e que satisfaçam a definição de “agência de propaganda”, operando nos termos da Lei nº 4.680, de 18.06.65 e do Decreto nº 57.690, de 01.02.66.

4.1.1. Para se manifestar nas fases do procedimento licitatório, as participantes poderão credenciar um representante, conforme **item 7** deste edital;

4.1.2. Cada empresa credenciará **apenas um representante** que será o único admitido a intervir no procedimento licitatório e a responder, por todos os atos e efeitos previstos neste edital, em nome da representada;

4.1.3. O representante da empresa deverá identificar-se com a apresentação do documento de identidade;

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

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

5 - DO CREDENCIAMENTO, DAS PROPOSTAS E DA HABILITAÇÃO

5.1. No dia, local e horário estabelecidos neste edital, as licitantes interessadas entregarão o credenciamento, as propostas e os documentos ao Pregoeiro em **06 (seis) envelopes fechados** contendo cada um, além do **nome, razão social e endereço da licitante**, a designação de seu conteúdo conforme adiante especificado.

5.1.1. ENVELOPE “A” PROPOSTA TÉCNICA (Apócrifa) - Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária: será fornecido pelo SEBRAE/RO e NÃO poderá ter qualquer identificação externa aposta pela licitante, sob pena de desclassificação.

a) O **invólucro “A”** deverá ser retirado pela interessada junto à Comissão Permanente de Licitação (CPL), na sede do SEBRAE/RO, na Av. Campos Sales, 3421, Bairro Olaria, em Porto Velho/RO, CEP 76801-281, no horário de funcionamento da entidade (8h às 12h e das 14h às 18h), mediante preenchimento de recibo contendo nome da empresa, CNPJ, endereço, telefone de contato e e-mail.

b) Apenas o **envelope “A”** será fornecido pelo SEBRAE/RO, sendo que cada licitante deverá providenciar os demais envelopes necessários para participar do certame.

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

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

ENVELOPE “B”: PROPOSTA TÉCNICA



PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (Via Identificada)
SEBRAE/RO - SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENASEMPRESAS
DO ESTADO DE RONDÔNIA
CONCORRÊNCIA Nº 01/2022
Razão Social da Licitante
Representante Legal

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

ENVELOPE “C”: PROPOSTA TÉCNICA
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS
SEBRAE/RO - SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS
EMPRESAS DO ESTADO DE RONDÔNIA
CONCORRÊNCIA Nº 01/2022
Razão Social da Licitante
Representante Legal

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

SEBRAE/RO - SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENASEMPRESAS
DO ESTADO DE RONDÔNIA
CONCORRÊNCIA Nº 01/2022
Razão Social da Licitante
Representante Legal

5.1.5. ENVELOPE “E”

HABILITAÇÃO: ENVELOPE

“E”: HABILITAÇÃO
SEBRAE/RO - SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS
EMPRESAS DO ESTADO DE RONDÔNIA
CONCORRÊNCIA Nº 01/2022
Razão Social da Licitante
Representante Legal

5.1.5. ENVELOPE “F”

CRENCIAMENTO: ENVELOPE

“F”: CRENCIAMENTO
SEBRAE/RO - SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENASEMPRESAS
DO ESTADO DE RONDÔNIA
CONCORRÊNCIA Nº 01/2022
Razão Social da Licitante
Representante Legal



6– DA ENTREGA DOS ENVELOPES E DE SEUS CONTEUDOS

- 6.1. Não serão recebidos envelopes encaminhados por via postal, nem documentos apresentados por meio de disco magnético ou cópias em fax, mesmo autenticadas e não será considerada para qualquer efeito a data em que tenham sido postados os envelopes, ou a entrega em local diferente do endereço indicado.
- 6.2. Não serão aceitos envelopes abertos ou sem a devida identificação, quando ela for exigida. A exceção a essa regra é a **PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA (Envelope “A”)**, que não deverá ser identificada, cujo invólucro será fornecido pelo SEBRAE/RO e não poderá conter qualquer identificação da licitante.
- 6.3. Havendo qualquer sinal de identificação no Envelope “A”, nenhum envelope daquela licitante será recebido e a mesma ficará impedida de participar do certame, registrando-se em ATA.
- 6.4. **Conteúdo do Envelope “A”:**
O **invólucro “A”** deverá conter a via apócrifa do Plano de Comunicação Publicitária, composto por: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia, sendo vedada a apresentação de qualquer tipo de identificação da licitante, tanto no envelope (que será fornecido obrigatoriamente pelo SEBRAE/RO) como em todo o seu conteúdo.
- 6.5. **Conteúdo do Envelope “B”:**
O **invólucro “B”** terá o mesmo conteúdo do **Envelope “A”**, com a **identificação da licitante** no Plano de Comunicação Publicitária, composto pelo Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia.
- 6.6. **Conteúdo do Envelope “C”:**
O **invólucro “C”** deverá conter as informações referentes à Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sendo vedada a aposição ao Envelope C assim como aos documentos nele contidos de informação, de marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que permita a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada (Envelope “A”).
- 6.7. **Conteúdo do Envelope “D”:**
O **invólucro “D”** deverá conter a proposta de preços da licitante, com declaração de proposta de remuneração pelos serviços prestados (conforme definido no edital), bem como declaração de que não será repassado ao SEBRAE/RO o pagamento de tributos ou outros encargos e declaração sobre como tratará direitos autorais e patrimoniais pertinentes à execução do contrato.
- 6.8. **Conteúdo do Envelope “E”:**
O **invólucro “E”** deverá conter os documentos relativos à Habilitação Jurídica, Qualificação Técnica, Qualificação Econômico-Financeira e Regularidade



Fiscal, conforme dispõe o Regulamento de Licitações e de Contratos do SEBRAE.

6.9. Conteúdo do Envelope “F”:

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

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

7 - DO CREDENCIAMENTO

7.1. Os documentos de CREDENCIAMENTO deverão ser apresentados em umadas seguintes formas:

7.1.1. Cópia autenticada do documento de identificação dos sócios e do representante legal (se houver);

7.1.2. Por instrumento público de procuração (se houver);

7.1.3. Por procuração particular com reconhecimento de firma em cartório (se houver);

7.1.4. Por Contrato Social, quando se tratar de representante legal.

7.2. A licitante que credenciar representante por meio de procuração particular, com reconhecimento de firma em cartório, deverá apresentar cópia autenticada do ato constitutivo - estatuto ou contrato social em vigor - devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais, para verificação dos poderes do outorgante. No caso de sociedade por ações e associações, deverá ser apresentado, ainda, cópia autenticada do documento de eleição de seus administradores;

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

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

7.4. As cópias dos documentos que não estiverem autenticadas, deverão estar acompanhadas dos documentos originais para a devida autenticação desta Comissão;

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

8 - DAS PROPOSTAS

8.1. A Proposta Técnica será apresentada em três invólucros distintos,



representados neste certame pelos envelopes A, B e C, respectivamente, a Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária, a Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitária e a Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

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

8.2. Especificações gerais sobre o formato

- a) Todos os conteúdos dos três envelopes referentes à proposta técnica deverão, obrigatoriamente, ser apresentados em fonte Arial, corpo 12, na cor preta, com alinhamento justificado, espaçamento entre as linhas de 1,5, espaçamento entre parágrafos de 6 pontos (antes e depois), encadernação em espiral na cor preta, capa transparente e contracapa na cor preta, formato em papel A4, margens da página em configuração normal, com as medidas: Superior: 2,5 cm/ Inferior: 2,5 cm / Esquerda: 3 cm / Direita: 3 cm e numeração centralizada na parte inferior.
- b) Para o Plano de Comunicação Publicitária, constante nos Envelopes A e B, os textos, no total de cada invólucro, não poderão exceder a 12 (doze) laudas com no máximo 30 (trinta) linhas cada uma. Neste limite não serão contabilizadas as peças da ideia criativa.
- c) Para a Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos, constante no Envelope C, o caderno de textos e documentos não poderá exceder 100 (cem) laudas com, no máximo, 30 (trinta) linhas cada uma.
- d) Qualquer informação que extrapole a quantidade de linhas ou de laudas será desconsiderada.

8.3. Especificações gerais sobre o Plano de Comunicação Publicitária

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

8.4. Especificações da Proposta Técnica Apócrifa (ENVELOPE “A”)

- a) A Proposta Técnica Apócrifa deverá ser apresentada **sem a identificação da empresa proponente**. Portanto, é vedada a aposição, neste envelope e em todo o seu conteúdo, de qualquer identificação, marca, sinal ou outro tipo de elemento que possibilite identificar a licitante, inclusive etiquetas e lacres, **sob** pena de desclassificação.



- b) O Envelope “A” - “**PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA**” deverá conter o Plano de Comunicação Publicitária, composto por: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia, acompanhados dos anexos solicitados.

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

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

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

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

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

- a) As peças de Ideia Criativa a serem apresentadas serão limitadas a 8 (oito).
- b) As impressões das peças apresentadas no item Ideia Criativa deverão ser afixadas sobre o papel cartão na cor branca (gramatura padrão, entre 180 a 500 g/m²). O tamanho das impressões e das pranchas em papel cartão na cor branca poderá ser escolhido pelas agências, desde que caibam no envelope padrão no formato A3 (42 cm x 29,7 cm), a ser disponibilizado pelo SEBRAE/RO, sem danificar o invólucro nem as peças.
- c) A licitante que apresentar arquivos em pen drive de monstros ou peças de rádio e TV deverá utilizar, respectivamente, a extensão “monstro_radio.mp3” e “monstro_TV.wmv”. Fica a critério da licitante a nomeação dos arquivos, desde que não haja qualquer símbolo, sinal ou outro mecanismo que remeta a identificação da mesma.
- d) É vedada, para esse item, a apresentação de texto que explique a ideia criativa, suas peças, ou defenda as escolhas da agência. O proponente deve apenas apresentar uma lista simples com o nome e/ou mídia sugerida das peças apresentadas. A apresentação de texto explicativo, nesse quesito, significará a desclassificação da empresa licitante.

8.5.4. ESTRATÉGIA DE MÍDIA: sob a forma de texto, tabelas, gráficos e/ou planilhas, o proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas de mídia recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação social publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível indicada



no instrumento convocatório.

A licitante apresentará também simulação de plano de distribuição, no qual identificará todas as peças e ou materiais destinados à veiculação, exposição ou distribuição.

Todas as peças e material que integrarem a relação prevista na Ideia Criativa deverão constar dessa simulação, contendo um resumo geral com informações no mínimo sobre:

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

Nessa simulação:

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

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

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

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

8.6. Especificações da Proposta Técnica Identificada (ENVELOPE “B”)

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



criativa, mas com a identificação da licitante.

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

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

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

8.8. Sobre a Capacidade de Atendimento:

8.8.1. Sob a forma de texto, a **Capacidade de Atendimento** apresentará a descrição da diretoria da empresa e da equipe, com a quantificação e qualificação do perfil dos profissionais que efetivamente ficarão alocados em Porto Velho/RO para atender a conta do SEBRAE/RO, de maneira discriminada, por setor da agência, respondendo à demanda de profissionais relacionados para o atendimento minimamente estipulado, a saber:

8.8.2. Descrição da composição da diretoria da empresa e da equipe com a quantificação e qualificação dos profissionais que efetivamente ficarão alocados em Porto Velho/RO para atender o SEBRAE/RO, de maneira discriminada, por setor da agência, respondendo à demanda de profissionais relacionados para o atendimento minimamente estipulado pelo SEBRAE/RO, a saber:

- a) 1 (um) Profissional de Gerente de conta ou Atendimento exclusivo para a conta;
- b) 1 (um) Redator com experiência de mercado de no mínimo 3 anos;
- c) 1 (um) Diretor de Arte / Arte-finalista com experiência de mercado de no mínimo 3 anos;
- d) 1 (um) profissional de mídia com experiência de mercado de no mínimo 3 anos;
- e) 1 (um) profissional de Executivo Administrativo Financeiro

8.8.3. Para cada um desses profissionais, deverão ser apresentadas cópias dos currículos resumidos (no mínimo nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando as áreas de atuação, de modo a possibilitar à Subcomissão Técnica avaliar capacidade de atendimento, de acordo com os critérios de julgamento (**conforme especificação o objeto**).

8.8.4. Apresentação de 01 (um) atestado fornecido por cliente atendido pela agência, sendo o mesmo necessariamente pessoa de direito público ou



privado, comprovando ter a licitante prestado, no mínimo, serviços de criação, execução e produção de campanhas e peças publicitárias.

- 8.8.5. Apresentação textual das instalações físicas, instrumental técnico, infraestrutura e recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato.
- 8.8.6. Descrição da forma de atendimento da agência a ser implantada na execução do contrato, incluídos os prazos a ser cumpridos em condições normais de trabalho para a criação de peça avulsa, campanha completa e para elaboração de plano de mídia.
- 8.8.7. Descrição de informações de marketing e comunicação a serem colocadas regularmente à disposição do SEBRAE/RO, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

8.9. Sobre o Repertório:

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

8.10. Sobre o Relato de Soluções:

- 8.10.1. Sob a forma de texto e de peças, cada licitante deverá apresentar no Envelope de **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**:
- 8.10.2. 01 (um) caso de sucesso da agência em planejamento publicitário, onde se compreenda o problema enfrentado, as soluções encontradas, a efetiva ação implementada e os resultados alcançados, demonstrando ainda conhecimento sobre o mercado atendido.



- 8.10.3.** O relato deverá ser apresentado em até 2 (duas) páginas de texto, em formato já especificado neste certame.
- 8.10.4.** O relato deverá estar formalmente referendado pelo respectivo cliente, sendo que este deverá rubricar a primeira e assinar a última página, evidenciando, ao final do documento: o nome empresarial, o nome do signatário e seu cargo ou função.
- 8.10.5.** **É vedada** a apresentação de relato referente a ações de comunicação **solicitadas e/ou aprovadas pelo SEBRAE/RO.**
- 8.10.6.** Anexos do Relato:
- 8.10.6.1.** Na forma de anexos, que não serão contabilizados na quantidade de páginas especificada para esse item, devem ser apresentadas as peças publicitárias objeto do relato, sendo permitida a inclusão de **até 02 (duas) peças** e/ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas as peças eletrônicas/digitais deverão ser fornecidas em pen drive.
 - 8.10.6.2.** Tais peças devem estar acompanhadas da respectiva ficha técnica contendo título, data de produção, exposição e/ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo e o período de inserção.
 - 8.10.6.3.** A apresentação de textos ou peças fora das especificações indicadas ou a não apresentação de qualquer dos itens solicitados configura descumprimento do certame, ficando a licitante sujeita a penalidades cabíveis.
 - 8.10.6.4.** Na elaboração do Plano de Comunicação Publicitária, para efeito de avaliação, a licitante deverá apresentar uma campanha simulada sobre tema do briefing, com verba hipotética de **R\$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais)** e período de execução compreendendo os meses de agosto a setembro de 2022.
 - 8.10.6.5.** O briefing que descreve o problema de comunicação do SEBRAE/RO está no **Anexo A** desse documento e deve ser considerado também anexo do Edital.

8.11. PROPOSTA DE PREÇO

No que tange ao conteúdo do **Envelope “D”**, que trata da Proposta de Preços, é importante primeiramente destacar quais são as **situações em que uma Agência pode conceder ao cliente- anunciante** (inclusive do setor público) redução de seus honorários e repasse dos honorários que os Veículos de Divulgação lhe concedem.

Essas reduções podem acontecer nas seguintes situações:

1º. Desconto-Padrão: refere-se ao repasse possível de ser feito pelas Agências de Propaganda aos clientes-anunciantes, quanto à remuneração de veiculação que lhes é paga pelos Veículos de Divulgação.



As Normas-Padrão da Atividade Publicitária, estabelecidas pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), tratam do tema em seus itens 2.5 e 4.1, os quais dispõem que:

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

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

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

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

Portanto, constata-se que tanto o dispositivo legal citado como os dispositivos das normas convencionais estabelecem que é o Veículo quem paga à agência a remuneração de veiculação, a qual é fixada em 20% sobre o valor da mídia, honorários esses que não podem ser repassados pelas Agências de Propaganda aos seus clientes, sob pena de infringir normas concorrenciais e as Normas-Padrão do CENP.

Excepcionalmente, a Agência pode repassar parte dessa remuneração ao seu cliente, condição inclusive sugerida pelo CENP no **Anexo B** das Normas-Padrão, (abaixo) de acordo com valor da verba destinada para investimentos em mídia pelo anunciante.

Normas-Padrão da Atividade Publicitária

CENP

ANEXO “B”

SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS/BENEFÍCIOS

Instituído pelo item 6.4 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária

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

Trata-se de uma condição com limites que consideram os investimentos brutos da



mídia, portanto, vale salientar que estes percentuais deverão ser já considerados no limite estabelecido pelo ANEXO B do CENP.

2º. Desconto sobre honorários e custos internos: as Agências de Propaganda podem conceder aos clientes-anunciantes descontos sobre seus honorários/remuneração, assim compreendidos:

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

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

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

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

Diante do exposto, a **Proposta de Preços (Envelope "D")** deverá conter a declaração de proposta de remuneração pelos serviços prestados, conforme o modelo a seguir:

DECLARAÇÃO

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

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



SEBRAE/RO **não** proporcione à agência o desconto padrão de agência a ser concedido por veículos de divulgação.

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

Declaração que não será repassado ao SEBRAE/RO o pagamento de tributos e outros encargos.

A classificação das propostas de preços será feita mediante a atribuição de notas paracada um dos quesitos a serem valorados, conforme a seguinte tabela:

	DESCONTO / HONORÁRIOS / REPASSE	NOTAS	Pontuação máxima de cada quesito	Agência A	Agência B	Agência N
QUESITO AVALIADOS	Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desconto igual a 0,0% N = 0,0 ▪ Desconto superior a 0,0% N = 0,1 x Desconto 	15 Pontos			
	Percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, cuja utilização pelo Sebrae em Rondônia proporcione à agência desconto-padrão concedido por veículos de divulgação.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Honorários iguais ou superiores a 15% N = 0,0 ▪ Honorários inferiores a 15% N = 0,5 x (15,0 – Honorários) 	6 Pontos			
	Percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, cuja utilização pelo Sebrae em Rondônia não proporcione à agência desconto-padrão concedido por veículos de divulgação.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Honorários iguais ou superiores a 15% N = 0,0 ▪ Honorários inferiores a 15% N = 0,5 x (15,0 – Honorários) 	6 Pontos			
	Percentual de repasse do desconto-padrão de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Repasse igual 0,0% N = 0,0 ▪ Repasse superior a 0,0% até 2,0% N = 3,0 x Repasse 	3 Pontos			
PONTUAÇÃO TOTAL			30 Pontos			

Observação:

- a) Para efeito de cálculo das notas de cada licitante, os termos desconto, honorários



e repasse serão substituídos nas fórmulas da coluna Notas pelas respectivas percentagens que constarem de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo “ % “;

b) As notas serão calculadas com, no máximo, uma casa decimal, sem arredondamento.

A pontuação final de cada Proposta de Preços será definida pela soma das notas atribuídas a cada um dos campos relacionados na tabela acima, completando o total de 30 (trinta) pontos.

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

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

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

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

b) O compromisso de que:

b1) Em todas as contratações que envolvem direitos autorais de terceiros, responsabilizará por solicitar de cada terceiro que vier a ser contratado 02 (dois) orçamentos para execução do serviço, sendo: um de cessão de direitos patrimoniais por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que o SEBRAE/RO escolha uma das opções.

b2) Nos casos de cessão de direitos patrimoniais por tempo limitado, utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão, de cuja negociação participará ao SEBRAE/RO, inclusive no que diz respeito à reutilização de peças publicitárias.

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

c1). Explicitem a cessão total e definitiva por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação, a produção e a direção, a composição, o arranjo e a execução de



trilhas sonoras, as matrizes, os fotolitos e demais trabalhos assemelhados.

c2). Estabeleçam que o SEBRAE/RO possa, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente, com ou sem modificações, após o término do contrato ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

c3). Considerem como já incluída no custo de produção qualquer remuneração devida a terceiros em decorrência da cessão de direitos, por tempo limitado ou total e definitiva.

d) A licitante deverá assegurar ainda que:

d1) Negociará sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos, para os direitos de imagem de som e de voz profissionais do setor artísticos e sobre obras consagradas, nos casos de reutilização de peças publicitárias do SEBRAE/RO.

d2) Fará constar, em destaque, todos os orçamentos de produção de peças, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s) incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos.

d3) Garantirá a transferência, ao SEBRAE/RO, de toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços e/ou condições de pagamento junto a veículos e a fornecedores.

A proposta de preços deverá permanecer válida e em condições de aceitação por um período mínimo de 60 (sessenta) dias contados da data de sua abertura, e a ausência deste prazo na proposta(s) implica em concordância tácita. Findo este prazo, ficam os licitantes liberados dos compromissos assumidos.

8.11.2. Conter declaração (Anexo II), assinada pelo representante legal da empresa de que inexistente participação de empregado ou dirigente de quaisquer entidades operacionalmente vinculadas ao Sistema SEBRAE, bem como de ex-empregado ou ex-dirigente de quaisquer entidades ao mesmo operacionalmente vinculadas, estes até 18 (Dezoito) meses da data de respectiva rescisão do contrato de trabalho, seja em sua composição societária, seja como seu prestador de serviço, formalizado ou não.

8.11.3. As Microempresas e Empresas de Pequeno Porte que se enquadrarem como tal e desejarem obter benefícios da Lei Complementar n.º 123 de 14 de dezembro de 2006, recepcionada no âmbito do SEBRAE pela Resolução CDN n.º. 166/2008 deverão apresentar a declaração constante do Anexo III deste Edital.

8.11.4. Serão desclassificadas as propostas que desobedecerem às condições do presente edital e que apresentem rasuras e falhas que impossibilitem a sua compreensão.

9 - DA HABILITAÇÃO

9.1. Para habilitação nesta licitação, serão exigidos os seguintes documentos no Envelope “E”:

9.1.1. Habilitação Jurídica



- a) Cópia autenticada do Documento de identificação dos sócios ou representantes legais;
- b) Prova de registro comercial, no caso de empresa individual;
- c) Ato constitutivo - estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, tendo em seu objeto social as atividades típicas e exclusivas da propaganda, em se tratando de sociedades simples ou empresária. No caso de sociedade por ações ou associações, deverá ser apresentado, ainda, documento de eleição de seus administradores;
 - c.1) Os documentos deverão estar acompanhados de todas as alterações ou de documento consolidado.

9.1.2. Regularidade Fiscal

- a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica – CNPJ;
- b) Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, relativo ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade compatível com o objeto da licitação;
- c) Prova de regularidade relativa ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS) – CR;
- d) Certidão Negativa de Débitos relativos aos Tributos Federais e à Dívida Ativa da União;
- e) Prova de regularidade para com a Fazenda Estadual e Municipal, expedida pelas Secretarias de Fazenda ou órgão equivalente no domicílio ou sede da licitante;
- f) Certidão Negativa de Falência expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica;
- g) Certidão negativa de Débitos Trabalhistas;

9.1.3. Qualificação Técnica

- a) A licitante que já possui sede em Porto Velho/RO, deverá apresentar DECLARAÇÃO, subscrita por representante legalmente habilitado, de que dispõe de condições operacionais de funcionamento em Porto Velho, dispondo dos seguintes serviços: atendimento, pesquisa, planejamento, criação, mídia, produção de rádio, televisão, internet e cinema, produção



gráfica, tráfego e administração. No caso de mais de um escritório, relacioná- los, descrevendo as suas estruturas;

- b) A licitante que não possuir escritório em Porto Velho/RO deverá apresentar TERMO DE COMPROMISSO assegurando que, caso seja vencedora no certame, irá constituir, em até 30 dias a contar da data da assinatura do contrato, filial ou representação dotada de infraestrutura adequada e recursos humanos qualificados, necessários e suficientes para a execução do objeto do CONTRATO, dispondo dos mesmos serviços listados na alínea “a”, deste item;
- c) Relação de clientes regulares, de âmbito nacional, estadual e/ou local, com indicação da data do período do atendimento, bem como os respectivos ramos de atividades, produtos e serviços a cargo da agência;
- d) Atestado(s) fornecido(s) por cliente(s) (pessoa de direito público ou privado), relativos às atividades de publicidade e propaganda, atestando a aptidão da licitante para desempenho da atividade pertinente compatível em características com o objeto da licitação e para o desempenho dos respectivos serviços.
- e) Atestado(s) fornecido(s) por veículo(s) de comunicação de âmbito nacional ou estadual, dando conta do fiel cumprimento, por parte da licitante, dos compromissos por ela assumidos em nome de seus clientes.
- f) Certificado de qualificação técnica de funcionamento obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP).
- g) As informações contidas nos atestados estarão sujeitas a verificação de sua veracidade na fase de habilitação.

9.1.4. Qualificação Econômico-Financeira

- a) 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.
- b) 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:

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



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

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

- c) A licitante deverá comprovar, por meio da apresentação do balanço patrimonial, capital social integralizado ou patrimônio líquido de R\$ 168.000,00 (Cento e Sessenta e Oito Mil Reais), equivalentes a 8% do valor estimado para a contratação, devidamente registrado na Junta Comercial ou em Cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, até a data de abertura do certame.
- d) A licitante com menos de um ano de existência, que ainda não tenha balanço, deverá apresentar demonstrações contábeis envolvendo seus direitos, obrigações e patrimônio líquido relativos ao período de sua existência, avaliados por meio da obtenção de Índice de Solvência (S) maior ou igual a um (≥ 1), conforme fórmula abaixo:

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

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

9.2. Os documentos necessários à habilitação poderão ser apresentados em original, cópia autenticada por tabelião de notas, ou cópias conferidas pelo Pregoeiro ou por membro da Comissão, mediante apresentação do documento original ou publicação em órgão de imprensa oficial. Somente serão aceitos para confronto os documentos originais, e estes, e as cópias deverão estar em perfeitas condições de legibilidade e entendimento.

9.3. Todos os documentos apresentados ficarão anexados ao processo, sendo vedada a sua retirada ou substituição.

9.4. Os documentos e/ou certidões comprobatórios de regularidade fiscal ou de inexistência de débito deverão estar no prazo de validade neles consignados. Na falta desta informação serão considerados válidos por noventa dias, contados, inclusive da emissão, aprovação ou da data de



assinatura, pela autoridade. As exceções serão avaliadas quando anexada legislação para o respectivo documento.

9.4.1. Em caso de dúvida quanto às informações contidas nos documentos comprobatórios da regularidade fiscal, o pregoeiro, durante a sessão pública, poderá realizar consulta *on line* aos sites dos órgãos responsáveis pela emissão dos mesmos.

9.5. Todos os documentos deverão ser emitidos em favor da sede da licitante.

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

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

9.7.1. Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal, será assegurado o prazo de **5 (cinco) dias úteis**, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que o proponente for declarado o vencedor do certame, prorrogáveis por igual período, a critério do SEBRAE/RO, para a regularização da documentação.

9.7.2. A não regularização da documentação, no prazo previsto no subitem anterior, implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no **item “PENALIDADES”** deste Edital, sendo facultado ao SEBRAE/RO convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a assinatura do contrato, ou cancelar a licitação.

10 - DO JULGAMENTO DAS “PROPOSTAS”

10.1. Para julgamento da licitação, baseada no critério de *técnica e preço*, a avaliação das propostas técnicas será feita por Subcomissão Técnica, composta por três técnicos de reconhecida competência na área, nomeados por portaria específica do representante legal do SEBRAE/RO, especialmente constituída para esse fim.

10.2. Na apreciação das Propostas Técnicas será considerada a proposta publicitária desenvolvida e os documentos da licitante, sendo certo que receberá um máximo de 70 (setenta) pontos, distribuídos entre os diversos quesitos de julgamento.

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



TABELA 1 – Escala de Pontuação

Níveis de Proficiência		Evidências quanto ao conteúdo apresentado	Escala de pontuação
NA	Não Atende	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Não atende ou atende minimamente aos critérios ▪ Apresenta qualidade abaixo do esperado ▪ O conceito não está claro, não está bem defendido ou sugere leitura desfavorável ao Sebrae em Rondônia ▪ Apresenta informações imprecisas ou inconsistentes 	Até 45% da pontuação do critério
AP	Atende Parcialmente	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Atende parcialmente aos critérios do edital ▪ Atende com padrão de qualidade regular ▪ Limita-se a repetir informações do briefing 	+ de 45% até 60% da pontuação do critério
AR	Atende com Ressalvas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Atende aos critérios formais do edital com ressalvas ▪ Apresenta análise pouco além do briefing ▪ O conceito apresentado expande as qualidades positivas da marca Sebrae ▪ A estratégia é focada em resolver o problema de comunicação ▪ Apresenta evidências de inovação razoavelmente expressivas 	+ de 60% até 90% da pontuação do critério
EX	Atende com Excelência	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Atende plenamente aos critérios estabelecidos pelo edital ▪ Atende ao objetivo do briefing, superando o padrão estabelecido ▪ Apresenta análise além das informações disponibilizadas pelo edital e seus anexos ▪ Apresenta proposta clara para enfrentar o problema de comunicação de forma simples e direta ▪ Estabelece inovação efetiva para atendimento ao problema de comunicação ▪ A estratégia apresentada é ousada e supera as expectativas ▪ Apresenta dados relevantes inerentes ao Sebrae e/ou aos pequenos negócios ▪ Estabelece novos padrões de atuação e/ou desempenho ▪ Apresenta conceito inovador, que cria posição única e expande as qualidades positivas da marca Sebrae ▪ Atua decisivamente para resolver o problema de comunicação 	+ 90% até 100% da pontuação do critério

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

- a) Aplicar penalidade na pontuação de itens ou subitens de propostas que não atendam integralmente os critérios previstos no edital.
- b) Desclassificar a proposta que:
 - b1) Não atender a quaisquer exigências legais do edital e seus anexos.
 - b2) Não alcançar, no resultado geral, a nota mínima de 45 (quarenta e cinco) pontos.
 - b3) Obter nota 0 (zero) na totalização de pontos de quaisquer subitens da Proposta Técnica.
 - b4) Enquadrar em critério de desclassificação previsto no edital.

10.5. A Subcomissão Técnica levará em consideração as seguintes orientações:

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



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

1. **Envelope A:** Plano de Comunicação – Via não identificada com a pontuação máxima de 50 pontos assim distribuídos:

- a) Raciocínio Básico: máximo de 10 pontos
- b) Estratégia de comunicação: máximo de 15 pontos
- c) Ideia Criativa: máximo de 20 pontos
- d) Estratégia de mídia: máximo de 5 pontos

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

2. **Envelope “C”:** Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos com a pontuação máxima de 20 pontos, sendo:

- a) Capacidade de atendimento: máximo de 10 pontos
- b) Repertório: máximo de 5 pontos
- c) Relato de Soluções: máximo de 5 pontos

10.7. A pontuação final de cada Proposta Técnica será definida pela soma das notas atribuídas a cada um dos fatores relacionados acima, podendo totalizar 70(setenta) pontos.

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

TABELA 03 - PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA RELATIVA AO Plano de Comunicação Publicitária

PONTUAÇÃO MÁXIMA (Somatório dos Subitens 1 + 2 + 3 + 4): 50 (CINQUENTA) PONTOS

SUBITEM 1: RACIOCÍNIO BÁSICO		Pontuação máxima de cada quesito	Agência A	Agência B	Agência N
QUESITOS AVALIADOS	Acuidade de compreensão da história e da natureza institucional do SEBRAE/RO, suas atividades, suas principais linhas de produtos e serviços e suas características mais significativas para a comunicação publicitária	2,0			
	Acuidade de compreensão do papel do Sebrae em Rondônia no atual contexto social, político e econômico	2,0			
	Compreensão da extensão, qualidade e formas do relacionamento do SEBRAE/RO com seus públicos	2,0			
	Acuidade de compreensão do problema específico de comunicação do SEBRAE/RO e sua correta análise e inserção no atual cenário da instituição e das micro e pequenas empresas	4,0			
Pontuação obtida no subitem 1 RACIOCÍNIO BÁSICO		10			

PONTUAÇÃO MÁXIMA: 10 (DEZ) PONTOS



SUBITEM 2: ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO		Pontuação máxima de cada quesito	Agência A	Agência B	Agência N
QUESITOS AVALIADOS	A adequação do partido temático proposto à natureza e à qualificação do Sebrae em Rondônia e o seu problema específico de comunicação	3,0			
	A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa	3,0			
	A riqueza de desdobramentos positivos para o Sebrae em Rondônia	3,0			
	A evidência de pensamento estratégico de comunicação e sua relação positiva com o partido apresentado e com a natureza da instituição	2,0			
	A qualidade dos desdobramentos em ações de comunicação integrada e digital	2,0			
	A cobertura dos públicos-alvo por meio da linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida	2,0			
Pontuação obtida no subitem 2 ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO		15			

PONTUAÇÃO MÁXIMA: 15 (QUINZE) PONTOS

SUBITEM 3: IDEIA CRIATIVA		Pontuação máxima de cada quesito	Agência A	Agência B	Agência N
QUESITOS AVALIADOS	Sua adequação ao problema específico de comunicação do Sebrae em Rondônia	3,0			
	A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerando os objetivos do Sebrae em Rondônia	2,0			
	A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações	3,0			
	A originalidade da combinação dos elementos que a constituem	3,0			
	A simplicidade da forma sob a qual apresenta	1,0			
	Sua pertinência às atividades do Sebrae em Rondônia e à sua inserção na sociedade	2,0			
	Os desdobramentos comunicativos que enseja	1,0			
	A exequibilidade das peças	2,0			
	A compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos	2,0			
	A capacidade de síntese da estratégia de comunicação	1,0			
Pontuação obtida no subitem 3 IDEIA CRIATIVA		20,0			

PONTUAÇÃO MÁXIMA: 20 (VINTE) PONTOS

SUBITEM 4: ESTRATÉGIA DE MÍDIA		Pontuação máxima de cada quesito	Agência A	Agência B	Agência N
QUESITOS AVALIADOS	Conhecimento dos hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação da entidade	1,0			
	Capacidade analítica evidenciada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da estratégia de mídia	0,5			
	Criatividade e inovação nas soluções de mídia para atingir os objetivos de comunicação	0,5			



	Coerência do plano de mídia proposto e economicidade na utilização da verba publicitária simulada na proposta	0,5			
	Integração da estratégia de mídia com a estratégia de comunicação apresentada	1,0			
	Pertinência, oportunidade e criatividade demonstradas ao propor o uso de recursos de comunicação de Sebrae em Rondônia	1,0			
	Coerência e conhecimento ao propor a utilização de mídias digitais para atingir os objetivos de comunicação	0,5			
Pontuação obtida no subitem 4 ESTRATÉGIA DE MÍDIA		5			

PONTUAÇÃO MÁXIMA: 5 (CINCO) PONTOS

**TABELA 04 – PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA RELATIVA À
Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação
PONTUAÇÃO MÁXIMA (Somatório dos Subitens 5 + 6 + 7): 20 (VINTE) PONTOS**

SUBITEM 5: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO		Pontuação máxima de cada quesito	Agência A	Agência B	Agência N
QUESITOS AVALIADOS	A quantidade e a qualificação dos profissionais a serem colocados à disposição do Sebrae em Rondônia, em Porto Velho/RO, nos diferentes setores da agência licitante, a adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária proposta e o atendimento à estrutura mínima exigida pelo Sebrae em Rondônia, com especial atenção à estrutura de produção digital	3,0			
	A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, que a licitante colocará regularmente à disposição do Sebrae em Rondônia, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato	2,0			
	Operacionalidade do relacionamento entre o Sebrae em Rondônia e a licitante, indicada na proposta	2,0			
	A infraestrutura técnica e operacional, bem como recursos materiais colocados à disposição do Sebrae em Rondônia na execução do contrato	2,0			
	Relacionamento da licitante com outros clientes, conforme declarações apresentadas	1,0			
Pontuação obtida no subitem 5: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO		10,0			

PONTUAÇÃO MÁXIMA: 10 (DEZ) PONTOS

SUBITEM 6: REPERTÓRIO		Pontuação máxima de cada quesito	Agência A	Agência B	Agência N
QUESITOS AVALIADOS	A ideia criativa e sua pertinência	2,0			
	A clareza da exposição	2,0			
	A qualidade da execução e do acabamento	1,0			
Pontuação obtida no subitem 6 REPERTÓRIO		5,0			

PONTUAÇÃO MÁXIMA: 5 (CINCO) PONTOS



SUBITEM 7: RELATO DE SOLUÇÕES		Pontuação máxima de cada quesito	Agência A	Agência B	Agência N
QUESITOS AVALIADOS	Avaliação da capacidade de detectar e delimitar problemas de comunicação	1,0			
	A capacidade de equacionar e planejar uma solução efetiva para um problema de comunicação	1,0			
	A evidência de perfeita concatenação entre causa e efeito	1,0			
	A capacidade de medir adequadamente os resultados	1,0			
	A evidência de adequada integração da comunicação digital com a comunicação publicitária	1,0			
Pontuação obtida no subitem 7 RELATO DE SOLUÇÕES		5,0			

PONTUAÇÃO MÁXIMA: 5 (CINCO) PONTOS

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

11. JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

11.1. A classificação das propostas de preço será feita mediante a atribuição de notas paracada um dos quesitos a serem valorados, conforme a seguinte tabela:

TABELA 05 – PONTUAÇÃO POR NONORÁRIOS/REPASSES

	DESCONTO / HONORÁRIOS / REPASSE	NOTAS	Pontuação máxima de cada quesito	Agência A	Agência B	Agência N
QUESITO AVALIADOS	Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará	<ul style="list-style-type: none"> Desconto igual a 0,0% N = 0,0 Desconto superior a 0,0% N = 0,1 x Desconto 	15 Pontos			
	Percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, cuja utilização pelo Sebrae em Rondônia proporcione à agência desconto-padrão concedido por veículos de divulgação.	<ul style="list-style-type: none"> Honorários iguais ou superiores a 15% N = 0,0 Honorários inferiores a 15% N = 0,5 x (15,0 – Honorários) 	6 Pontos			
	Percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, cuja utilização pelo Sebrae em Rondônia não proporcione à agência desconto-padrão concedido por veículos de divulgação.	<ul style="list-style-type: none"> Honorários iguais ou superiores a 15% N = 0,0 Honorários inferiores a 15% N = 0,5 x (15,0 – Honorários) 	6 Pontos			
	Percentual de repasse do desconto-padrão de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação.	<ul style="list-style-type: none"> Repasse igual 0,0% N = 0,0 Repasse superior a 0,0% até 2,0% N = 3,0 x Repasse 	3 Pontos			



PONTUAÇÃO TOTAL	30 Pontos			
-----------------	-----------	--	--	--

Observações:

- a) Para efeito de cálculo das notas de cada licitante, os termos desconto, honorários e repasse serão substituídos nas fórmulas da coluna NOTAS pelas respectivas percentagens que constarem de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo “%”;
- b) As notas serão calculadas com, no máximo, uma casa decimal, sem arredondamento.
- 11.2. A pontuação final de cada Proposta de Preços será definida pela soma das notas atribuídas a cada um dos campos relacionados na tabela acima, completando o total de 30 (Trinta) pontos.
- 11.3. Serão desclassificadas às licitantes que não atenderem às exigências do ato convocatório.
- 11.4. Não será considerado como critério de classificação e nem de desempate das propostas qualquer oferta de vantagem não prevista no edital.

12. NOTA FINAL

- 12.1. A Comissão de Licitação adjudicará o objeto da licitação à proponente que obtiver a maior pontuação na Nota Final, calculada através da soma simples das Notas Técnicas e de Preço, salvo eliminação posterior na fase de habilitação, conforme a seguinte expressão:

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

A nota da Proposta de Preços será apurada conforme a metodologia a seguir.

TABELA 06 – PONTUAÇÃO PARA PROPOSTA DE PREÇOS

DESCONTO/HONORÁRIOS/ REPASSE	NOTAS (N)
Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Publicidade e Propaganda do Estado do Pará	Desconto de inferior a 10% = 0 pontos Desconto de 10% a 19,99% = 10 pontos Desconto de 20% a 39,99% = 20 pontos Desconto de 40% a 59,99% = 30 pontos Desconto de 60% a 79,99% = 40 pontos Desconto de 80% = 50 pontos
Percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, cuja utilização pelo Sebrae não proporcione à agência o desconto padrão de agência a ser concedido por veículos de divulgação	De 5 a 10% sobre os custos = 30 pontos De 11 a 13% sobre os custos = 20 pontos De 14 a 15% sobre os custos = 10 pontos
Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros	De 5 a 6% sobre os custos = 20 pontos De 7 a 8% sobre os custos = 15 pontos De 9 a 10% sobre os custos = 10 pontos



instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato.	
PONTUAÇÃO MÁXIMA	100 PONTOS

- 12.2. Caso haja empate no resultado geral das propostas terá preferência a empresa que, na ordem a seguir, obtiver a maior nota sucessivamente nos seguintes quesitos:
- Ideia Criativa.
 - Estratégia de Comunicação Publicitária
 - Estratégia de Mídia.
 - Raciocínio Básico.
- 12.3. Persistindo o empate, a escolha se fará, obrigatoriamente, por sorteio, em ato público, para o qual todas as licitantes serão convocadas, vedado qualquer outro procedimento.
- 12.4. Para efeito de contrato, será considerada pelo SEBRAE/RO apenas a melhor proposta de preço apresentada por uma das três vencedoras, devendo a outra empresa aderir à melhor condição comercial ou desistir do objeto, abrindo sua vaga para a próxima empresa classificada no processo licitatório.

13 - DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

- 13.1. Da decisão que declarar o licitante vencedor caberão recursos fundamentados, dirigidos aos Diretores do SEBRAE/RO, por intermédio do Pregoeiro/Comissão Permanente de Licitação, por escrito, protocolados junto à Comissão Permanente de Licitação, no horário de funcionamento do SEBRAE/RO de 08h às 12h das 14h às 18h no prazo de até 5 (cinco) dias úteis, contados da comunicação do ato.
- 13.2. Os recursos terão efeito suspensivo.
- 13.3. Os recursos serão julgados no prazo de dez dias úteis, contados da data final para sua interposição, pelos Diretores do SEBRAE/RO ou por quem este delegar competência. A divulgação do julgamento se dará por Internet no endereço eletrônico do SEBRAE <https://www.scf3.sebrae.com.br/portalcf>
- 13.4. O provimento de recursos pela autoridade competente importará na invalidação apenas dos atos insuscetíveis de aproveitamento.
- 13.5. O licitante que puder vir a ter a sua situação efetivamente prejudicada em razão de recurso interpostos poderá sobre ele se manifestar no mesmo prazo recursal, que correrá da comunicação da interposição de recurso no site <https://www.scf3.sebrae.com.br/portalcf> -

14 - CRITÉRIOS DE CONTRATAÇÃO E DE ASSINATURA DO CONTRATO

- 14.1. A licitante vencedora deverá comparecer ao SEBRAE/RO, no prazo máximo



definido pela área demandante dos serviços, contados da sua convocação, para a assinatura do contrato.

- 14.2. O não comparecimento da licitante vencedora para a assinatura do contrato no prazo estabelecido no subitem 14.1 implicará a aplicação da penalidade prevista no subitem 15.2.

15 - DAS PENALIDADES

15.1. A desistência formulada por qualquer das licitantes após a abertura das propostas sujeitar-lhe-á ao pagamento de multa equivalente a 10% (dez por cento) do valor de sua proposta, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pelo Pregoeiro/Comissão.

15.2. O adjudicatário que não comparecer ou se recusar, sem motivo justificado, a assinar o contrato decorrente da sua proposta escrita ou lance verbal, dentro do prazo estabelecido no edital, fica sujeito a perdas e danos, desde logo estimados em 10% (dez por cento) do valor total da verba destinada para fazer face as despesas, quantia esta reconhecida como líquida, certa e exigível, cobrável via de execução.

15.2.1. 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 subitem anterior.

16 - DISPOSIÇÕES FINAIS

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

16.2. O SEBRAE/RO 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.

16.3. É facultado ao Pregoeiro/Comissão e à Autoridade Superior, em qualquer fase da licitação, suspender o certame ou 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.

16.4. Qualquer manifestação em impugnar os termos deste edital deverá ser encaminhada por escrito e contra recibo à Comissão Permanente de Licitação do SEBRAE/RO, sito no endereço na Av. Campos Sales, 3421 – Bairro Olaria – CEP: 76.801-281 – Porto Velho/RO. Decairá desse direito perante o SEBRAE/RO, o interessado que não o fizer até **dois dias úteis** antes da data fixada para o



recebimento dos envelopes, dentro do horário de funcionamento do SEBRAE/RO. Não impugnado o ato convocatório, preclui toda a matéria nele constante. As respostas às impugnações serão divulgadas na internet no site do SEBRAE, endereço eletrônico <https://www.scf3.sebrae.com.br/portalcf>.

- 16.5.** Qualquer pedido de **esclarecimento** sobre a presente licitação deverá ser encaminhado por escrito à Comissão Permanente de Licitação do SEBRAE/RO, **exclusivamente** por intermédio do endereço eletrônico <https://www.scf3.sebrae.com.br/portalcf>, no link **acesso identificado**, **enviar questionamento, até 3 (três) dias úteis** antes da data marcada para recebimento dos envelopes.
- 16.6.** As respostas aos pedidos de esclarecimentos, bem como quaisquer alterações ao Edital, incluindo adiamento da data do recebimento dos envelopes, serão divulgadas por notas informativas e/ou avisos divulgados na internet no site do SEBRAE, endereço eletrônico <https://www.scf3.sebrae.com.br/portalcf>.
- 16.7.** Na contagem dos prazos estabelecidos nos itens 14.4 e 14.5, excluir-se-á o diado recebimento dos envelopes;
- 16.8.** O horário de funcionamento do SEBRAE/RO é das 8h00 às 12h00 e das 14h00 às 18h00.
- 16.9.** Após a fase de julgamento das propostas, não cabe desistência, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pelo Pregoeiro.
- 16.10.** Fica assegurado ao SEBRAE/RO o direito de transferir ou cancelar, no todo ou em parte, a presente licitação, mediante justificativa, antes da assinatura do contrato, sem que em decorrência dessa medida tenham as participantes direito à indenização, compensação ou reclamação de qualquer natureza.
- 16.11.** Os envelopes que permanecerem lacrados ficarão sob a guarda da Comissão, até a assinatura do Contrato ou instrumento equivalente, quando então estarão à disposição das empresas para retirá-los no prazo de até 30 (trinta) dias corridos, após o qual serão dilacerados sem quaisquer formalidades.
- 16.12.** O foro de Porto Velho - Rondônia será o competente para dirimir as questões oriundas desta licitação e da relação jurídica dela decorrente.
- 16.13.** As despesas decorrentes da presente contratação correrão por conta dos recursos orçamentários do SEBRAE/RO, classificados da forma abaixo:

SERVIÇOS ESPECIALIZADOS

03.02.14 - Consultoria em Marketing e Comunicação

03.03.25 - Elaboração Projetos em Design

03.03.32 - Elaboração Projetos em Marketing e Comunicação



03.05.32 - Estudos, Pesquisas, Análises em Marketing e Comunicação

03.06.09 - Web Designer

03.06.10 - Produção de Materiais Audiovisuais

03.06.11 - Assessoria de Imprensa

03.06.17 - Produção e Edição de Áudio

03.06.23 - Produção e Edição de Vídeo

DIVULGAÇÃO, ANÚNCIOS, PUBLICIDADE E PROPAGANDA

03.13.01 - Veiculação de anúncio em Rádio

03.13.02 - Veiculação de anúncio em TV

03.13.03 - Veiculação de anúncio em Jornal

03.13.04 - Veiculação de anúncio em Revista

03.13.06 - Produção e edição de anúncios

03.13.08 - Veiculação de anúncio em internet

03.13.09 - Veiculação de anúncio em outras mídias

03.13.10 - Produções institucionais

03.13.99 - Outros serviços de Divulgação e Publicidade

SERVIÇOS GRÁFICOS E DE REPRODUÇÃO

03.14.01 - Editoração Gráfica

03.14.02 - Impressão Gráfica

03.14.04 - Cópias Multimídia

03.14.05 - Confecção de Materiais Promocionais

03.14.06 - Outros Serviços Gráficos

03.14.99 - Outros Serviços de Reprodução

Fonte de recurso:

CSO

CSN

Convênio

Unidade: Unidade de Inteligência e Mercado (UIM)

Demais unidades com a devida reserva para tal finalidade

16.14. Os casos omissos deste edital serão resolvidos pelo Pregoeiro/ Comissão Permanente de Licitação do SEBRAE/RO, com a aplicação das disposições do Regulamento de Licitações e de Contratos do Sistema SEBRAE.

16.15. Fazem parte deste edital como anexos os seguintes documentos:



- a) Anexo I – Especificação do Objeto
- b) Anexo II – Declaração de Fornecedor
- c) Anexo III – Declaração de Microempresa
- d) Anexo IV – Minuta
- e) Anexo V - Declaração de Responsabilidade Social
- f) Anexo VI – Check list
- g) Anexo A – Briefing
- a) Anexo C - Serviços de Publicidade
- b) Anexo D - Sebrae Brandbook
- c) Anexo E – Area Atuacao Sebrae Rondonia
- d) Anexo F - Perfil psicografico dos empreendedores Rondonia
- e) Anexo G - Perfil dos Produtores Rurais de Rondônia
- f) Anexo H - TABELA_SINAPRO_PA_2021
- g) Anexo i - Diretrizes de Marketing e Comunicação 2020

Porto Velho, 25 de julho de 2022

Arimaldo Brasil Amaral Júnior
Presidente CPL

PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

Edital - Concorrência - 01 2022 - Publicidade

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

<https://assinaturadigital.sebrae.com.br/verificadorassinaturas/#!/search?codigo=E9-FE-3B-94-00-0C-51-88-21-3D-5C-2B-04-44-16-F8-EE-3D-B7-4A> acesse o site

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

CÓDIGO: E9-FE-3B-94-00-0C-51-88-21-3D-5C-2B-04-44-16-F8-EE-3D-B7-4A

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

✓ **Arimaldo Brasil Amaral Junior - 788.***.***-91 - 25/07/2022 12:20:26**

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

IP: 200.***.***.***6

