

EDITAL DE LICITAÇÃO
CONCORRÊNCIA Nº 001/2025

1. DA CONVOCAÇÃO

O **SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO AMAZONAS – SEBRAE/AM**, entidade associativa de direito privado, sem fins lucrativos, instituído por escritura pública sob a forma de serviço social autônomo, com sede nesta cidade na Rua Leonardo Malcher nº 924, Bairro Centro, inscrito no CNPJ/MF sob n. 04.322.004/0001-47, por intermédio da Presidente da CPL (a) e equipe de apoio, nos termos do Regulamento de Licitações e Contrato do Sistema SEBRAE, aprovado pela Resolução **CDN nº 493** de 27/06/2024, Lei Complementar 123/2006 e demais legislação pertinente, regida por este edital e seus anexos, torna público que realizará licitação nos seguintes termos:

1.1 MODALIDADE DA LICITAÇÃO: CONCORRÊNCIA

1.2 TIPO DE LICITAÇÃO: TÉCNICA E PREÇO

1.3 DATA DE ABERTURA: 13/02/2025

1.4 HORÁRIO: 09 hrs

1.5 LOCAL: SEDE DO SEBRAE/AM

1.6 ENDEREÇO: Rua Leonardo Malcher, 924 – Centro – Manaus/AM CEP: 69010-170.

1.7 Integram este Edital, para todos os fins e efeitos, os seguintes anexos:

Anexo I – Termo de Referência

Anexo II – Briefing

Anexo III – Modelo de Carta Proposta

Anexo IV – Modelo de Declaração de Porte da Empresa

Anexo V – Modelo de Declaração de Documentos Fielis e Verdadeiros

Anexo VI – Modelo de Declaração de Inexistência de Fato Impeditivo de Habilitação

Anexo VII – Modelo de Declaração de Inexistência de Impedimentos “Vínculos com o Sistema SEBRAE”

Anexo VIII – Modelo de Declaração de Compromisso e Responsabilidade Ambiental, Social e Econômica

Anexo IX – Minuta de Contrato

2. DO OBJETO

2.1. Contratação, sob demanda, de serviços de publicidade, propaganda e comunicação incluindo prestação de serviços de estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, e distribuição de comunicação publicitária a fornecedores, veículos, e demais meios de divulgação, com o objetivo de estudar e posicionar a marca SEBRAE junto a seus públicos e promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideais ou informar o público em geral, bem como o controle das inserções publicitárias (mídias contratadas) nos veículos de comunicação, a serem prestados por agência de propaganda, cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4680, de 18 de junho de 1965 e pela Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, conforme especificações constantes do Termo de Referência (Anexo I) deste Edital.

2.2. O valor global destinado para gastos com os serviços objeto do presente instrumento é de até R\$ 4.600.000,00 (quatro milhões e seiscentos mil reais) para um período de 12 (doze) meses.

2.2.1. O valor previsto no subitem anterior poderá ser revisto, nos casos de alteração na política econômica e/ou de revisão no orçamento do SEBRAE/AM, a critério exclusivo deste.

2.2.2. A estimativa de até R\$ 4.600.000,00 (quatro milhões e seiscentos mil reais) **anual** constitui mera previsão dimensionada, uma vez que a prestação de serviços constitui-se por demanda, não estando o SEBRAE/AM obrigado a realizar o valor em sua totalidade, não cabendo à contratada o direito de pleitear qualquer tipo de reparação.

3. DA RETIRADA DO EDITAL E DOS QUESTIONAMENTOS

3.1. O arquivo deste Edital poderá ser obtido através do endereço eletrônico www.scf3.sebrae.com.br/portalcf, caso haja algum problema técnico no portal ou de internet, os interessados devem **comparecer na sede do SEBRAE/AM** (Rua Leonardo Malcher, 924 – Centro – Manaus/AM CEP: 69010-170, de segunda a sexta-feira, das 8h às 11:30h, ou das 13h às 16:30h) **para retirada do edital**.

3.2. Até **03 (três) dias úteis** antes da data fixada para a abertura da sessão pública, qualquer pessoa poderá solicitar esclarecimentos da Concorrência, sob pena de preclusão do direito.

3.3 Os pedidos de esclarecimento deverão ser encaminhados à CPL somente através do portal: www.scf3.sebrae.com.br/portalcf, acesso identificado. **Esclarecimentos solicitados por qualquer outro meio (e-mail; telefone; etc.) serão tratados como mera informação.**

3.3.1 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.

3.4. O Edital poderá ser impugnado, no todo ou em parte, até 03 (três) dias úteis antes da data fixada para o recebimento das propostas. Não impugnado o instrumento, preclui toda matéria nele constante.

3.5 As respostas aos pedidos de **esclarecimentos, impugnações, alterações e comunicações** serão tempestivamente divulgadas através do portal www.scf3.sebrae.com.br/portalcf, **cabe aos interessados acompanhar as movimentações.**

3.6. Os interessados se obrigam a acompanhar no endereço eletrônico www.scf3.sebrae.com.br/portalcf, a **eventual publicação de informações sobre esta concorrência.**

3.7 Não havendo expediente ou ocorrendo qualquer fato superveniente que impeça a realização do certame na data marcada, a sessão será automaticamente transferida para o primeiro dia útil subsequente, no mesmo horário e local anteriormente estabelecido, desde que não haja comunicação da CPL em contrário.

4. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

4.1. Somente poderão participar desta licitação pessoas jurídicas que atendam às exigências abaixo:

a) Empresas cujo ramo de atividade seja compatível com o objeto da licitação;

b) Poderão participar deste procedimento licitatório as empresas legalmente constituídas no Brasil que atenderem a todas as condições de habilitação estabelecidas neste Edital e que satisfaçam a definição de "agência de propaganda", operando nos termos da Lei nº 4.680, de 18/06/65, e do seu Decreto regulador nº 57.690, de 01/02/66;

c) Que atenderem a todas as exigências, inclusive quanto à documentação, constantes deste Edital e seus Anexos;

4.2 Não poderão participar dessa licitação nem contratar com o Sistema SEBRAE as pessoas jurídicas que:

a) Pessoas jurídicas que estejam suspensas de licitar ou impedidas de contratar com o Sistema SEBRAE;

- a1) Para consulta as empresas impedidas de licitar com o sistema SEBRAE https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/conheca_empresas_impedidas.
- b) Pessoas jurídicas que se encontrem em processo de dissolução, liquidação, recuperação judicial, recuperação extrajudicial, falência, concordata, fusão, cisão ou incorporação. No caso de recuperação judicial, a participação da empresa está condicionada a apresentação de certidão vigente emitida pela instância judicial competente afirmando a interessada estar apta econômica e financeiramente a participar de procedimento licitatório, bem como, de documentos que demonstrem a viabilidade econômica da mesma na fase de habilitação.
- c) Possuam sócios, representantes, gestores ou responsáveis técnicos participando em mais de uma empresa especializada no ramo do objeto desta licitação.
- d) Empregado, dirigente ou membro dos Conselhos Deliberativos e Fiscais de suas respectivas unidades federativas;
- e) Pessoas jurídicas que tenham em seus quadros societários ou sejam constituídas por empregado, dirigente ou membro dos Conselhos Deliberativos e Fiscais de suas respectivas unidades federativas;
- f) Pessoas jurídicas que tenham assento nos Conselhos Deliberativos e Fiscais de suas respectivas unidades federativas.
- f.1) As vedações previstas no **item f** não se aplicam ao Instituto Euvaldo Lodi (IEL) e aos Serviços Sociais Autônomos, nem às pessoas jurídicas integrantes da Administração Pública, Direta ou Indireta, federal, estadual ou municipal.
- g) A pessoa jurídica que tenha como sócio ou titular ex-dirigente ou ex-membro dos Conselhos Deliberativos e Fiscais, ex-diretor ou ex-empregado do Sistema Sebrae não poderá prestar serviços para sua respectiva unidade federativa, antes do decurso do prazo mínimo de quarentena de 180 (cento e oitenta) dias, contados a partir do respectivo desligamento.
- h) A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas e Documentos de Habilitação exigidos nesta concorrência, ressalvado que o SEBRAE/AM não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.
- 4.3. Será considerada inabilitada a empresa licitante que violar qualquer das condições acima elencadas.

5. DO CREDENCIAMENTO

5.1 Para o credenciamento deverão ser apresentados à **Comissão Permanente de Licitação** os seguintes documentos fora dos envelopes:

- a) Tratando-se de **representante legal**, **cópia a ser submetida à análise de membro da comissão de licitação, consoante Acórdão 645/2020 – TCU**, 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 a ser submetida à análise de membro da comissão de licitação, consoante Acórdão 645/2020 – TCU**, do estatuto social, contrato social ou outro instrumento de registro comercial, registrado na Junta Comercial, instrumento de procuração pública ou particular, esta com reconhecimento de firma em cartório, do qual constem poderes específicos para formular lances, negociar preço, interpor recursos e desistir de sua interposição, bem como praticar todos os demais atos pertinentes ao certame;
- c) Tratando-se da apresentação da Cópia do Requerimento do Empresário ou Contratos emitidos pela Junta Comercial do Estado, não será necessária a autenticação em cartório, caberá a Comissão Permanente de Licitação a consulta e validação da autenticidade das Certidões emitidas pela Internet. A Certificação Digital e o selo de Autenticidade deverão estar legíveis.
- d) O representante legal e/ou o procurador deverão identificar-se entregando, em **cópia a ser submetida à análise de membro da comissão de licitação, consoante Acórdão 645/2020 - TCU** documento oficial de identificação que contenha foto.

- e) 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.
- f) Nenhum interessado poderá participar da presente licitação representando mais de uma licitante.
- g) Fica assegurado aos licitantes, a qualquer tempo, mediante juntada dos documentos previstos neste item, a substituição do seu representante junto ao processo.
- h) A não apresentação da **Declaração de Porte (ANEXO IV)** 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.
- i) O não credenciamento do representante impedirá qualquer pessoa presente de se manifestar e responder pela LICITANTE, sem prejuízo do direito de oferecimento das propostas para participação na licitação.

5.2 Informamos que os membros da Comissão de Licitação não autenticam documentos.

6. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

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

INVÓLUCRO Nº 1

6.1.1. No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária Via **Não Identificada**.

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

6.1.1.1.1. **O invólucro padronizado deverá ser retirado pela interessada na sede da instituição, situada à Rua Leonardo Malcher, 924 – Centro – Manaus/AM CEP: 69010-170, no horário de 08:00 às 16:30.**

6.1.1.1.2. **O invólucro padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente, por escrito, presencialmente ou pelo e-mail: cpl@am.sebrae.com.br.**

6.1.1.2. Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

6.1.1.3. 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.

6.1.1.4. 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

6.1.2. No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária Via Identificada, sem os exemplos de peças da Ideia Criativa.

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

- 6.1.2.2.** 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 2 - PROPOSTA TÉCNICA**Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada Nome empresarial:****CNPJ:****Concorrência nº 001/2025 – SEBRAE/AM****INVÓLUCRO Nº 3**

- 6.1.3.** No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

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

INVÓLUCRO Nº 3 - PROPOSTA TÉCNICA**Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação****Nome empresarial:****CNPJ:****Concorrência 001/2025 – SEBRAE/AM**

- 6.1.3.2.** 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.

- 6.1.3.3.** 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.

7. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇO

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

INVÓLUCRO Nº 4

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

INVÓLUCRO Nº 4 - PROPOSTA DE PREÇOS**Nome empresarial:****CNPJ:****Concorrência nº 001/2025 – SEBRAE/AM**

- 7.1.2.** 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.

8. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

Quesitos	Subquesitos
1. Plano de Comunicação Publicitária	I. Raciocínio Básico
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária
	III. Ideia Criativa
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia
2. Capacidade de Atendimento	
3. Repertório	
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

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

8.1.2. A proposta técnica deverá conter, obrigatoriamente, os seguintes quesitos e subquesitos: Plano de Comunicação Publicitária (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa, Estratégia de Mídia e Não Mídia) e Conjunto de Informações (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação).

8.2. REGRAS GERAIS AO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA

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

- 8.2.1.1. Em papel A4, branco, sem brilho, com 75 gr/m², orientação retrato;
- 8.2.1.2. Espaçamento de 2 cm nas margens direita, superior e inferior, e de 3 cm na margem esquerda, a partir da borda;
- 8.2.1.3. Texto em fonte "Arial", tamanho "12 pontos", estilo "normal", cor "preta" (Automático);
- 8.2.1.4. Títulos, subtítulos e entretítulos em letras maiúsculas, em fonte Arial, tamanho 12 pontos, estilo normal, cor preta (Automático)
- 8.2.1.5. Texto com espaçamento simples entre as linhas e duplo após títulos, subtítulos e entre títulos
- 8.2.1.6. Sem recuos nos textos, títulos, subtítulos e entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes;
- 8.2.1.7. Alinhamento justificado do texto;
- 8.2.1.8. 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';
- 8.2.1.9. Capa e contracapa em papel A4, sem brilho, com 75 gr/m², ambas em branco;
- 8.2.1.10. 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 8.2.4.
- 8.2.1.11. Sem identificação da licitante.

- 8.2.2. 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:
- Gráficos ou tabelas deverão ser apresentados sem a utilização de cores e retículas;
 - 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.
- 8.2.3. 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.
- 8.2.4. Os exemplos de peças integrantes do subquesto Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 8.2.1.
- 8.2.5. Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Invólucro, cabendo à licitante atentar que em hipótese alguma poderá levar a identificar o proponente da proposta “não identificada” ocorrência prevista no termo de referência através da qual a Comissão Permanente de Licitação não receberá o Invólucro, e impedirá também de receber os demais invólucros da mesma licitante.
- 8.2.6. O subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia está submetido aos critérios do item 8.2.1. no que diz respeito à produção de textos. Com relação às tabelas, gráficos e planilhas:
- Não poderão ser apresentados em cores;
 - Poderão ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados pelos programas que geram estas tabelas, gráficos e planilhas;
 - Terão que obedecer a formatação de margem disposta no subitem 8.2.1.2 e 8.2.1.3;
 - Ser apresentados em papel A4 ou A3 dobrado;
 - 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;
 - As planilhas emitidas para simulação do plano de mídia não poderão apresentar o número automático da PI/AP, quando gerados por processadores eletrônicos de documentos.
- 8.2.7. 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, sob pena de desclassificação.
- 8.2.8. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da Ideia Criativa, incluindo a relação comentada prevista no subitem 8.3.3 (Ideia Criativa) estão limitados, no conjunto, a 12 (doze) páginas.
- 8.2.9. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe à licitante atentar para a inviolabilidade do sigilo, quanto ao Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada.
- 8.2.10. 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.

8.3. DA APRESENTAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

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 II deste Edital), observadas as seguintes disposições:

- 8.3.1. **Raciocínio Básico:** apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do **SEBRAE/AM**, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre

o problema específico de comunicação a ser enfrentado;

8.3.2. **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/AM**, 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.

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

8.3.3.1 Apresentar relação de todas as peças que julgar necessárias para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no subitem 8.3.2. Estratégia de Comunicação Publicitária, com comentários sucintos e objetivos sobre cada peça e ou material.

8.3.3.2. 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.

8.3.3.3. Os comentários mencionados no subitem 8.3.3. Ideia Criativa 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.

8.3.4. Os exemplos de peças que o subitem 8.3.3.2. Ideia Criativa:

- Estão limitadas a 07 (sete), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça;
- Podem ser apresentadas sob a forma de: roteiro, layout e Ou storyboard impressos; protótipo ou “monstro”, para rádio e internet; storyboard para TV e cinema;
- Também poderão ser aceitas peças finalizadas em caso de Não Mídia;
- Apresentadas como parte de um kit serão computados individualmente

8.3.5. Reduções e variações de formato serão consideradas como peças.

8.3.6. 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).

8.3.7. Os protótipos ou monstros de peças eletrônicas (spot, vt, filme) poderão ser apresentados em HD, Armazenamento em nuvem, pen drive, cartão de memória (SD e microSD), 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.

8.3.8. Os dispositivos como HD, Armazenamento em nuvem, pen drive, cartão de memória (SD e microSD) gravados com protótipos ou “monstros” deverão ser etiquetados/renomeados com o código A4HD1 ou similar, e conter a indicação de que se refere o subitem 8.3.7.

8.3.9. HDs, armazenamento em nuvem, pen drive, cartão de memória (SD e microSD) deverão ser acondicionadas em envelopes de cor branca, sem identificação, colados em papel A4 ou cartão no formato A4, nas gramaturas entre 75g/m² a 300g/m².

8.3.10. Os protótipos ou “monstros” de peças para a internet poderão ser produzidos em quaisquer dos

formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, html, mpeg

8.3.11. As peças gráficas deverão ser impressas em papel A4 ou A3 (dobrado) com até 120gr/m², ambas em branco, em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, observado o disposto no subitem 8.2.5.

8.3.12. Um hotsite e todas as suas páginas serão considerados uma peça;

8.3.12.1. Um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados uma peça;

8.3.12.2. Um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados uma peça;

8.3.12.3. Um hotsite cuja página de abertura e ou demais páginas internassejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao hotsite, será considerado uma peça.

8.3.12.4. Na apresentação de proposta de *hotsite*, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

8.3.12.5. Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 8.3.4, 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 9.3.

8.3.13. **Estratégia de Mídia e Não Mídia** - constituída de:

8.3.13.1. 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 (Anexo II deste edital), sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

8.3.13.2. 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.

8.3.13.3. Todas as peças que integrarem a relação prevista no subitem 8.3.3.1. Ideia Criativa deverá constar dessa simulação.

8.3.13.4. 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.

8.3.13.5. Nessa simulação:

- I. 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.
- II. Deve ser desconsiderado o repasse do desconto-padrão de agência concedido pelos

veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965, sob pena de desclassificação.

- III. Devem ser desconsiderados os custos internos de criação e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores, sob pena de desclassificação

8.4. DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA

O Plano de Comunicação Publicitária — Via Identificada, sem os exemplos de peças da IdeiaCriativa, 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.

8.5. DA CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

- 8.5.1. 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.
- 8.5.2. Os documentos e informações e o caderno específico 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.
- 8.5.3. A Capacidade de Atendimento está limitada a 80 (oitenta) páginas.
- 8.5.4. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante apresentará:
- 8.5.4.1. Relação nominal dos seus principais clientes, com a especificação do início de atendimento de cada um deles.
- 8.5.4.2. 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 funções especificadas na tabela do item 8.5.5.
- 8.5.4.3. As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato.
- 8.5.4.4. A sistemática de atendimento, discriminando os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peças avulsas ou de campanha e na elaboração de plano de mídia.
- 8.5.4.5. 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.
- 8.5.5. A relação nominal, qualificação e quantificação da equipe a ser discriminada no subitem 8.5.4.2, devem obedecer, minimamente os membros ocupantes das funções descritas no quadro abaixo:

ITEM	FUNÇÃO	QUANTIDADE	QUALIFICAÇÃO ACADÊMICA	EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL	ATRIBUIÇÕES
A	Gerente de Conta ou de atendimento, exclusivo para a conta	01 (UM)	Superior em Administração ou Publicidade ou Comunicação Social	Ter atuado como Gerente de Atendimento em empresas de comunicação e propaganda	Gestão estratégica e atendimento geral da conta.
B	Diretor de Criação	01 (UM)	Superior em Comunicação Social ou Publicidade ou Design	Ter atuado como Diretor de Criação em empresas de comunicação e propaganda	Coordenar a criação e desenvolvimento de campanhas e materiais de comunicação
C	Diretor de Arte	01 (UM)	Superior em Comunicação Social ou Publicidade ou Design	Ter atuado como Diretor de Arte em empresas de comunicação e propaganda.	Responsável pela criação do layout das campanhas e materiais de comunicação.
D	Gerente de Mídia	01 (UM)	Superior em Administração ou Publicidade ou Comunicação Social	Ter atuado como Gerente de Mídia em empresas de comunicação ou propaganda ou nos veículos de propaganda.	Planejar, desenvolver, orçar, negociar, coordenar e executar toda mídia a ser utilizada nas campanhas.
E	Designer Gráfico	02 (DOIS)	Superior completo em Propaganda e Marketing ou áreas correlacionadas ao Marketing ou Design ou Desenho Industrial	Atuação como arte finalista em empresas de comunicação ou propaganda.	Concepção, criação, design e layout de peças gráficas e digitais, anúncios e materiais de comunicação.
F	Coordenador de Produção Gráfica	01 (UM)	Ensino Médio e Curso Técnico especializado em Produção Gráfica	Ter atuado como Coordenador de Produção Gráfica em empresas de comunicação ou propaganda.	Supervisionar diretamente os trabalhos de artes gráficas, orientando em conformidade aos procedimentos técnicos, normas de qualidade, durante todo o processo de produção gráfica com respeito a custos, viabilidade de execução e revisão minuciosa da entrega.
G	Redator Publicitário	01 (UM)	Superior em Publicidade ou Comunicação Social ou Jornalismo	Ter atuado como Redator Publicitário em empresas de comunicação ou propaganda.	Concepção, criação e redação de textos publicitários, com técnicas de copywriting, que engajem e persuadam o público-alvo nas peças gráficas e digitais, anúncios e materiais das campanhas elaboradas, com atenção minuciosa para regras ortográficas e domínio gramatical.

- 8.5.6. A Comprovação de Experiência profissional dos profissionais indicados no item 8.5.5. deverá estar demonstrada documentalmente e deve ocorrer através de: currículo detalhado ou cópias de declarações emitidas pelas empresas em que o profissional atuou ou registros na carteira de trabalho ou contrato de prestação de serviços ou termo de contratação futura, referente às atividades a serem executadas neste instrumento.
- 8.5.7. A Comprovação de Qualificação Acadêmica dos profissionais indicados no item 8.5.5. deverá estar demonstrada documentalmente e deve ocorrer através de: Diplomas ou certificados de nível superior, comprovando curso superior completo nas áreas exigidas neste instrumento ou declaração da faculdade para curso em andamento (este último apenas para o item 8.5.5. Subitem “e”) ou certificado de conclusão de ensino médio e de curso relacionado a área (sendo este para o item 8.5.5. Subitem “f”).
- I. Não serão aceitos como comprovantes de formação superior cópias de pagamento de mensalidade, carteira escolar ou qualquer outro documento não listado nos itens anteriores.
 - II. Serão desconsiderados como integrantes da equipe técnica, os profissionais que não comprovarem a formação superior, exceto para os profissionais indicados nos subitens “e” e “f” da tabela 8.5.5.
- 8.5.8. A **CONTRATADA** deverá ainda discriminar as áreas que atuará cada profissional, caso a caso, da quantidade e da qualidade dos profissionais que permanecerão disponíveis caso ela se consagre vencedora desta licitação.
- 8.5.9 A **CONTRATADA** deverá disponibilizar até dois profissionais na função de Designer Gráfico, como especificado no item 8.5.5, subitem “e”, para prestar serviços, sob demanda, de maneira remota ou nas instalações do **SEBRAE/AM**, quando solicitados pela UGCE, em períodos definidos. Estes deverão estar identificados com crachá da **CONTRATADA** e com todos os equipamentos e softwares necessários para a execução de demandas. A empresa deverá comprovar sua contratação, que poderá ser CNPJ ou CLT.

8.6. DO REPERTÓRIO

- 8.6.1. 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.
- I. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 8.6.1. poderá ser editada em papel A4 ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricadas em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
 - II. 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 3.
 - III. Não serão aceitas ou consideradas as peças realizadas em favor do SEBRAE.
 - IV. O Repertório será constituído de peças concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela licitante.
 - V. A licitante deverá apresentar 05 (cinco) peças, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.
 - VI. As peças devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 01/01/2020.

- VII. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em HD, Armazenamento em nuvem, pen drive ou cartão de memória (SD e microSD), podendo integraro caderno específico previsto no subitem 23.1. ou ser apresentadas soltas.
- VIII. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 8.6.1., em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças.
- IX. Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem I, 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 9.3.
- X. 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.

8.7. DOS RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

- 8.7.1. 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, orientação retrato, em folhas numeradas sequencialmente a partir da primeira página, rubricadas e assinadas na última pelo representante legal.
 - a) Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 8.7.2. poderá ser editada em papel A3 dobrado.
 - b) 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 3.
 - c) Não serão aceitos ou considerados os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação realizadas pela agência em trabalho anterior desenvolvido a favor do SEBRAE.
- 8.7.2. 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.
 - 8.7.2.1. Se a licitante apresentar relatos em quantidade inferior à estabelecida no subitem Se a licitante apresentar Relatos em quantidade inferior à estabelecida no subitem 8.7.2., 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 aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima.
 - 8.7.2.2. Os Relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes, que não deverão ter nenhum vínculo profissional com a agência.
 - 8.7.2.3. 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.
 - 8.7.2.4. 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:

- As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em meio digital (Google Drive ou similar e/ou HD Externo), armazenamento em nuvem, pen drive, cartão de memória (SD e microSD), podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 8.7.2. ou ser apresentadas soltas.
- As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 8.7.2., em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;

8.7.2.5. As propostas de que trata o subitem 8.7.2. devem ter sido implementadas a partir de 1º de janeiro de 2020.

9. DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

- 9.1 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, que analisarão a PROPOSTA TÉCNICA das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e seus anexos.
- 9.2 A análise dos documentos constantes no envelope apócrifo dar-se-á em sessão reservada e será realizada pela Subcomissão Técnica.
- 9.3 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
Plano de Comunicação Publicitária 48 (quarenta e oito pontos)	Raciocínio Básico	5 pontos
	Estratégia de Comunicação Publicitária	20 pontos
	Ideia Criativa	15 pontos
	Estratégia de Mídia e Não Mídia	08 pontos
TOTAL		48 pontos
Conjunto de Informações Técnicas 12 (doze pontos)	Capacidade de Atendimento	4 pontos
	Repertório	4 pontos
	Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	4 pontos
	TOTAL	
PONTUAÇÃO MÁXIMA DA PROPOSTA TÉCNICA		60 PONTOS

I. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - 48 (QUARENTA E OITO) PONTOS:

9.4. RACIOCÍNIO BÁSICO - A ACUIDADE DE COMPREENSÃO – 5 (CINCO) PONTOS

- a) Conhecimento da história e da natureza institucional do **SEBRAE/AM**, suas principais linhas de produtos e serviços, e suas características mais significativas para a comunicação publicitária: **1,0 (um) ponto**;
- b) Conhecimento sobre o papel do **SEBRAE/AM** no atual contexto social, político e econômico: **1,0**

(um) ponto;

- c) Conhecimento sobre a extensão, a qualidade e as formas do relacionamento do **SEBRAE/AM** com seus públicos: **1,0 (um) ponto;**
- d) Acuidade de compreensão do problema específico de comunicação do **SEBRAE/AM** e sua correta análise e inserção no atual cenário da instituição e do setor das micro e pequenas empresas: **2,0 (dois) pontos;**

9.5. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – 20 (VINTE) PONTOS

- a) A adequação do partido temático proposto à natureza e à qualificação do **SEBRAE/AM** e o seu problema específico de comunicação: **4,0 (quatro) pontos;**
- b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa: **4,0 (quatro) pontos;**
- c) A riqueza de desdobramentos positivos para o **SEBRAE/AM**: **2,0 (dois) pontos;**
- d) A evidência de pensamento estratégico de comunicação e sua relação positiva com o partido apresentado e com a natureza da instituição: **4,0 (quatro) pontos;**
- e) A qualidade dos desdobramentos em ações de comunicação integrada e digital: **2,0 (dois) pontos;**
- f) Cobertura dos públicos-alvo por meio da linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida: **4,0 (quatro) pontos.**

9.6. IDEIA CRIATIVA – 15 (QUINZE) PONTOS

- a) Sua adequação ao problema específico de comunicação do **SEBRAE/AM**: **2,0 (dois) pontos;**
- b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: **1,0 (um) ponto;**
- c) A cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações: **1,0 (um) ponto;**
- d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: **02 (dois) pontos;**
- e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: **1,0 (um) ponto;**
- f) Sua pertinência às atividades do SEBRAE e à sua inserção na sociedade: **2,0 (dois) pontos;**
- g) Os desdobramentos comunicativos que enseja: **1,0 (um) ponto;**
- h) A exequibilidade das peças: **02 (dois) pontos;**
- i) A compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos: **2,0 (dois) pontos;**
- j) A capacidade de síntese da estratégia de comunicação: **1,0 (um) ponto.**

9.7. ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA – 08 (OITO) PONTOS

- a) Conhecimento dos hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação: **1,0 (um) ponto.**
- b) Capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia: **2,0 (dois) pontos.**
- c) Criatividade e inovação nas soluções de mídia para atingir os objetivos de comunicação: **2,0 (dois) pontos.**
- d) Economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária simulado na proposta: **2,0 (dois) pontos.**

- e) Integração da estratégia de mídia com a estratégia de comunicação apresentada: **1,0 (um) ponto**.

II. CONJUNTO DE INFORMAÇÕES TÉCNICAS – 12 (DOZE PONTOS)

9.8. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO – 4 (QUATRO) PONTOS

- a) A quantidade e a qualificação dos profissionais a serem colocados à disposição do **SEBRAE/AM**, 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/AM**: **1,0 (um) ponto**;
- b) As informações de marketing e comunicação a serem colocadas regularmente à disposição do **SEBRAE/AM**, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato: **1,0 (um) ponto**;
- c) A operacionalidade do relacionamento entre o **SEBRAE/AM** e a licitante, esquematizado na proposta: **1,0 (um) ponto**;
- d) A segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na proposta: **1,0 (um) ponto**;

9.9. REPERTÓRIO – 4 (QUATRO) PONTOS

- a) a ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver: **2,0 (dois) pontos**;
- b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material: **1,0 (um) ponto**;
- c) a clareza da exposição das informações prestadas: **1,0 (um) ponto**

9.10. RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO – 4 (QUATRO) PONTOS

- a) Avaliação da capacidade de detectar e delimitar problemas de comunicação: **1,0 (um) ponto**;
- b) A capacidade de equacionar e planejar uma solução efetiva de comunicação: **1,0 (um) ponto**;
- c) A evidência de perfeita concatenação entre causa e efeito: **1,0 (um) ponto**;
- d) A capacidade de medir adequadamente os resultados: **1,0 (um) ponto**.

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

- a) A Subcomissão Técnica receberá para a avaliação, inicialmente, o Plano de Comunicação — Via Não Identificada e após a análise de todos os membros, encaminhará o relatório de julgamento para a Comissão Permanente de Licitação.
- b) Somente após o recebimento do relatório de julgamento referente aos Planos de Comunicação é que a Comissão Permanente de Licitação encaminhará Proposta Técnica (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) para a Subcomissão Técnica avaliá-los.
- c) Aos quesitos e subquesitos serão atribuídos, no máximo, os pontos estabelecidos nos subitens anteriores, calculados com até 2 (duas) casas decimais, sem arredondamento.
- d) A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos obtidos de cada membro da Subcomissão Técnica.
- e) A nota de cada Proposta Técnica (Plano de Comunicação Publicitária + Conjunto de Informações Técnicas) corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos pelos quesitos.

9.12. 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 9.4, 9.5, 9.6, 9.7, 9.8, 9.9. e 9.10.
- 9.13.** 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 9.5, 9.6 e 9.8.
- 9.14.** Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público marcado pela Comissão Permanente de Licitação, cuja data será divulgada na forma a ser estabelecida em Edital e para o qual serão convidadas todas as licitantes.
- 9.15.** 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.

10. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

- 10.1 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 usocorrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;
 - b) datada e assinada no documento referido 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;**
 - d) em casos excepcionais, expirado o prazo original de validade da proposta, o **SEBRAE/AM** poderá solicitar aos 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.
- 10.2 A licitante deverá apresentar Proposta de Preços, a ser elaborada apenas com as informações constantes do Anexo III deste edital.
- 10.3 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.

11. DA VALORAÇÃO E DO JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

- 11.1 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.
- 11.2 Os quesitos a serem valorados são os integrantes do modelo de Proposta de Preços (Anexo III).
- 11.3 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:

	DESCONTOS, HONORÁRIOS E REPASSES	CÁLCULO DA PONTUAÇÃO	PONTUAÇÃO
Q U E S I T O S A V A L I A D O S	a) Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela referencial de preços da FENAPRO -Federação Nacional das Agências de Propaganda.	Desconto igual a 0%: $N = 0,0$ Desconto superior a 0%: $N = 0,3 \times$ Desconto concedido pela licitante	27 Pontos
	b) Percentual de honorários, incidente sobre custos dos serviços e suprimentos externos orçados junto a fornecedores especializados, selecionados pela Agência ou indicados pelo SEBRAE/AM, quando geram veiculação (entre 5% e 15%)	Honorários iguais ou superiores a 15%: $N = 0,0$ Honorários inferiores a 15%: $N = 0,7 \times (15\% - \text{Honorários cobrados})$	7 Pontos
	c) Percentual de honorários, incidente sobre custos dos serviços e suprimentos externos orçados junto a fornecedores especializados, selecionados pela Agência ou indicados pelo SEBRAE/AM, quando não geram veiculação (entre 5% e 15%).	Honorários iguais ou superiores a 15%: $N = 0,0$ Honorários inferiores a 15%: $N = 0,6 \times (15\% - \text{Honorários cobrados})$	6 Pontos
PONTUAÇÃO MÁXIMA DA PROPOSTA DE PREÇOS			40 (quarenta) PONTOS

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

- I. **Quesito “a”:** Se a agência licitante pretende conceder descontos ao **SEBRAE/AM** sobre os seus custos internos, com base na tabela de preços da FENAPRO - Federação Nacional das Agências de Propaganda, entre 0 e 90%, qual será o percentual de desconto a ser concedido ao Anunciante?
- II. **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 15%, quanto a agência pretende cobrar do SEBRAE/AM?**
- III. **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%, quanto a agência pretende cobrar do SEBRAE/AM?**

11.5 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 porcentagens que constarem na Proposta de Preço, sem o **símbolo “%”**.

11.6 A pontuação de cada Proposta de Preço será definida pela soma das notas atribuídas a cada um dos campos relacionados na tabela descrita no item 11.6, podendo totalizar até 40 (quarenta) pontos.

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

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

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

12. FORMA DE JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

- 12.1 Para o julgamento das propostas serão adotados os seguintes índices:
- Índice Técnico (IT):** será aferido pelo somatório da pontuação obtida pela licitante na Proposta Técnica;
 - Índice de Preços (IP):** será aferido pelo somatório da pontuação obtida pela licitante na Proposta de Preços.
 - Índice Geral (IG):** será aferido a partir da média ponderada com peso 60/40, respectivamente para Técnica e para Preço, correspondendo aos seguintes fatores:
 - Fator de Ponderação do IT = 0,6 (zero vírgula seis)
 - Fator de Ponderação do IP = 0,4 (zero vírgula quatro)
- 12.2 A prestação de serviços objeto da licitação será adjudicada à licitante que obtiver a maior pontuação no Índice Geral, salvo eliminação posterior na fase de habilitação, calculada pela seguinte fórmula:
- $$\text{IG} = (\text{IT} \times 0,6) + (\text{Nota de Preços Final} \times 0,4)$$
- 12.3 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:
- Ideia Criativa
 - Estratégia de Comunicação Publicitária
 - Estratégia de Mídia
 - Raciocínio Básico
- 12.4 Não será considerado como critério de classificação e nem de desempate das propostas qualquer oferta de vantagem não prevista no edital.
- 12.5 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.
- 12.6 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**.
- 12.7 Ocorrendo **empate ficto**, será adotado o seguinte procedimento:
- No caso de empate entre os valores apresentados por microempresas e empresas de pequeno porte que se encontrem no intervalo considerado com o empate ficto, será realizado sorteio para que se identifique aquela que primeiro poderá apresentar a melhor oferta.
 - 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.

13. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

- 13.1 Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Permanente de Licitação apenas pela licitante classificada em primeiro lugar no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, em dia, hora e local por ela estipulados.
- 13.1.1 Os documentos deverão estar acondicionados no involucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

INVOLUCRO N º 5 – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**Nome Empresarial:****CNPJ:****Concorrência nº 001/2025 – SEBRAE/AM**

13.1.2 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.

13.1.3 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

13.2 Para a habilitação, o licitante deverá apresentar os documentos a seguir relacionados:

13.2.1 Relativos à Habilitação Jurídica:

- a) Cópia simples do Documento de Identificação com foto do (s) representante (s) legal (is);
- b) Prova de registro, no órgão competente, no caso de empresário individual;
- c) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado no órgão competente;
- d) Ato de nomeação ou de eleição dos administradores, devidamente registrado no órgão competente, na hipótese de terem sido nomeados ou eleitos em separado, sem prejuízo da apresentação dos demais documentos exigidos no item anterior;
- e) No caso de microempresa ou empresa de pequeno porte: certidão expedida pela Junta Comercial ou pelo Registro Civil das Pessoas Jurídicas, conforme o caso, que comprove a condição de microempresa ou empresa de pequeno porte

13.2.1.1 Não será exigida, na fase de habilitação, nova cópia de documentos que tenham sido necessários e devidamente apresentados no momento do credenciamento.

13.2.2 Relativos à Regularidade Fiscal:

- a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ;
- b) Certidão Conjunta de Débitos Relativos a Tributos Federais, previdenciários e à Dívida Ativa da União;
- c) Certidão de Regularidade de Tributos Estaduais;
- d) Certidão de Regularidade de Tributos Municipais.
- e) Prova de regularidade relativa à Seguridade Social e ao Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS).
- f) Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), ou certidão positiva com efeitos de negativa

13.2.1.1. Os documentos emitidos pela Internet, não necessitam ser autenticados, sendo sua autenticidade verificada pela Comissão Permanente de Licitação nos sites quando da análise da documentação.

13.2.1.2 Caso o licitante seja microempresa ou empresa de pequeno porte, deverá apresentar toda a documentação exigida para efeito de comprovação de regularidade fiscal, mesmo que esta apresente alguma restrição, sob pena de ser inabilitado.

13.2.3 Qualificação Técnica

Na fase de licitação - Habilitação Referente à Qualificação Técnica, a empresa deverá apresentar os seguintes documentos:

- a) **ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA (DA LICITANTE).** Atestado, certidão ou declaração expedido por pessoa Jurídica de direito Público ou Privado, qualificando e comprovando a prestação dos serviços em características com o objeto da presente contratação.
- b) O atestado, certidão ou declaração, deverá ser apresentado em papel timbrado ou com carimbo do CNPJ da pessoa jurídica, contendo a identificação do signatário, cargo, nome e telefones para contato, tipo de serviço prestado, local da prestação dos serviços, características e caracterização do bom desempenho da licitante.
- c) Agências de Publicidade legalmente constituídas, que exerçam as atividades disciplinadas pela Lei Nº 4.680 de 1965 e que tenham obtido o Certificado de Qualificação Técnica fornecido pelo Conselho Executivo de Normas-Padrão — CENP ou entidade equivalente (Arts. 1º, 4º e § 1º da Lei 12.232 de 2010).

13.2.4 Documentos Complementares a serem apresentados para fins de habilitação

- a) Declaração de documentos fiéis e verdadeiros consoante anexo ao presente edital;
- b) Declaração, sob as penalidades cabíveis, da inexistência de fatos supervenientes impeditivos para a sua habilitação neste certame, conforme modelo anexo a este Edital;
- c) Declaração de Inexistência de Impedimentos “Vínculos com o Sistema SEBRAE”, conforme modelo anexo no Edital
- d) Declaração do licitante de que recebeu os documentos, tomou conhecimento de todas as informações e das condições locais para o cumprimento das obrigações objeto da licitação e que concorda com as condições estabelecidas neste instrumento convocatório.
- e) Declaração de que não possui em seu quadro de pessoal empregado menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, ou menor de 16 (dezesesseis) anos em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos, nos termos do inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal.
- f) **Declaração de se comprometer com a responsabilidade e sustentabilidade ambiental, social e econômica, bem como com a adesão às normas que vierem a ser estabelecidas, de acordo com a legislação vigente e os critérios estabelecidos pela Instrução Normativa nº 01/10, de 19 de janeiro de 2010, da Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação do Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão;**
- g) Havendo dúvida razoável quanto à autenticidade ou em razão de outro motivo devidamente justificado, o Pregoeiro, a qualquer momento, poderá solicitar ao licitante o envio, em original ou por cópia autenticada, dos documentos remetidos nos termos do item anterior.

13.2.5 Relativos à Qualificação Econômico-Financeira:

- a) certidão negativa de falência ou recuperação judicial, ou liquidação judicial, ou de execução patrimonial, conforme o caso, expedida pelo distribuidor da sede do licitante;
- b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, ou balanço de abertura no caso de empresa recém-constituída, que comprovem a situação financeira da empresa, através do cálculo de índices contábeis previstos neste edital;

b.1 o balanço patrimonial deverá estar assinado por contador ou por outro profissional equivalente, devidamente registrado no Conselho Regional de Contabilidade;

b.2 as empresas constituídas no exercício em curso deverão apresentar cópia do balanço de abertura ou cópia do livro diário contendo o balanço de abertura, inclusive com os termos de abertura e encerramento;

b.3 a boa situação financeira do licitante será avaliada pelos Índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), maiores que 1 (um), resultantes da aplicação das fórmulas abaixo, com **os valores extraídos de seu balanço patrimonial:**

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

$$SG = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante + Passivo Não Circulante}}$$

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

b.4 o licitante que apresentar índices econômicos iguais ou inferiores a 1 (um) em qualquer dos índices de Liquidez Geral, Solvência Geral e Liquidez Corrente deverá comprovar que possui **capital mínimo ou patrimônio líquido** equivalente a 10% (**dez por cento**) do valor total estimado da contratação.

13.3 A contratada deverá observar boas práticas relativas à segurança da informação, especialmente as indicadas nos normativos internos do Sebrae/AM e constante na minuta do contrato deste edital. É obrigatória a assinatura de termo de confidencialidade e de ciência, antes do início dos serviços, por parte dos profissionais da contratada alocados na execução do contrato. Uma cópia da Política de Segurança da Informação (POSIC) será entregue na reunião inicial

13.4 Será inabilitado o licitante que não comprovar sua habilitação, deixar de apresentar quaisquer dos documentos exigidos para a habilitação, ou apresentá-los em desacordo com o estabelecido neste Edital, ressalvado o disposto quanto à comprovação da regularidade fiscal das microempresas e empresas de pequeno porte;

13.5 É permitida a inclusão de documento complementar ou atualizado, desde que não alterem a substância das propostas, dos documentos e sua validade jurídica e seja comprobatório de condição atendida pelo licitante quando apresentada sua proposta, que não foi juntado com os demais documentos por equívoco ou falha, o qual deverá ser solicitado e avaliado pela comissão de licitação.

13.7 Havendo necessidade de analisar minuciosamente os documentos exigidos, a Presidente da CPL suspenderá a sessão, informando a nova data e horário para a continuidade da mesma.

13.8 É facultada, em qualquer fase da licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou a complementar a instrução do processo.

13.9 No julgamento da habilitação, a Presidente da CPL poderá sanar erros ou falhas que não alterem a substância dos documentos e sua validade jurídica, mediante despacho fundamentado, registrado em ata e acessível a todos, atribuindo-lhes validade e eficácia para fins de habilitação.

13.10 Constatado o atendimento às exigências de habilitação fixadas no Edital, o licitante será declarado vencedor.

13.11 Caso o licitante seja microempresa ou empresa de pequeno porte, havendo alguma restrição na comprovação de sua regularidade fiscal, ser-lhe-á assegurado o prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar do momento em que for declarado vencedor do certame, prorrogável por igual período, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa.

13.12 A prorrogação do prazo a que se refere o subitem anterior deverá ser concedida quando requerida pelo licitante, a não ser que exista urgência na contratação ou prazo insuficiente para o empenho devidamente justificados.

13.13 A declaração do vencedor de que trata este subitem acontecerá no momento imediatamente posterior à fase de habilitação, aguardando-se os prazos de regularização fiscal para a abertura da fase recursal.

13.14 A não-regularização da documentação, no prazo previsto, implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no Regulamento de Licitações e Contratos do Sistema SEBRAE, sendo facultado ao SEBRAE/AM convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, ou revogar a licitação.

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

13.16 Os documentos de habilitação das demais licitantes permanecerão em poder da Comissão Permanente de Licitação (CPL) até o final do prazo recursal e só poderão ser retirados mediante recibo passado pelo representante legal da licitante.

13.17 Da sessão pública da Concorrência será lavrada Ata, que mencionará todas os licitantes presentes, os valores e suas respectivas pontuações finais, bem como as demais ocorrências que interessarem ao julgamento, devendo a Ata ser assinada pela Comissão Permanente de Licitação (CPL) e por todas os licitantes presentes.

14. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

14.1 A Comissão Permanente de Licitações analisará os Documentos de Habilitação e julgará habilitada(s) a(s) licitante(s) que atender(em) integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos.

14.2 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.

15. COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO E COMISSÃO TÉCNICA

- 15.1 Esta concorrência será processada e julgada pela Comissão Permanente de Licitações do SEBRAE/AM, **com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas**.
- 15.2 As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Comissão Técnica, composta por 3 (três) técnicos de reconhecida competência na área, por meio de Resolução.

16. DO PROCEDIMENTO LICITATÓRIO

- 16.1** 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.
- 16.1.1** A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 5.1 deste Edital.
- 16.1.2** A Comissão Permanente de Licitações e a Comissão Técnica, conforme o caso, poderão relevar omissões puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e possam ser sanadas no prazo a ser fixado pela Comissão Permanente de Licitações.
- 16.1.3** Os integrantes da Comissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.
- 16.1.4** O julgamento das Propostas Técnicas e de Preços e o julgamento final deste certame serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados neste Edital.
- 16.1.5** 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.
- 16.1.6** 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.
- 16.1.7** 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.
- 16.1.8** 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/AM providenciará sua destruição.

PRIMEIRA SESSÃO

- 16.2** A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos neste Edital e terá a seguinte pauta inicial:
- a) Identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 5.1 deste Edital;
 - 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.
- 16.2.1** 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.
- 16.2.1.1** Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas no subitem 16.2.1., a Comissão Permanente de Licitações não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.
- 16.2.2** 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 dos itens 3.5 e 3.6 deste Edital.
- 16.2.2.1** A Comissão Permanente de Licitações, antes dos procedimentos contidos na alínea 'b' do subitem 16.2.2, 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.
- 16.2.2.2** 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.
- 16.2.3** 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.
- 16.2.4** 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.
- 16.2.5** 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.

16.2.5.1 Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base na alínea 'a' do subitem 9.12 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.

16.2.5.1.1 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.

SEGUNDA SESSÃO

16.3 Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas, respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a CPL convocará as licitantes, através de publicação no Canal do Fornecedor (<https://www.scf3.sebrae.com.br/portalcf/Licitacoes>), para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) Identificar os representantes das licitantes presentes;
- 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, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;
- f) O resultado do julgamento das Propostas Técnicas será publicado no Canal do Fornecedor (<https://www.scf3.sebrae.com.br/portalcf/Licitacoes>), com a indicação dos proponentes desclassificados e dos classificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso.

16.3.1 Se todos os representantes das proponentes estiverem presentes à sessão e renunciarem ao prazo recursal, a CPL dará continuidade aos procedimentos de licitação, de acordo com o previsto nos subitens seguintes

16.3.2 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

16.4 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua renúncia ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a CPL convocará as licitantes, através de publicação no Canal do Fornecedor (<https://www.scf3.sebrae.com.br/portalcf/Licitacoes>), para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) Identificar os representantes das licitantes presentes;
- 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;
- 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 12 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 no Canal do Fornecedor (<https://www.scf3.sebrae.com.br/portalcf/Licitacoes>), com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo de 2 (dois) dias úteis para interposição de recurso.

16.4.1 Caso ocorra a situação prevista no subitem 9.13, o sorteio poderá ocorrer nessa terceira sessão ou em ato público marcado pela Comissão Permanente de Licitação, cuja data será divulgada no Canal do Fornecedor (<https://www.scf3.sebrae.com.br/portalcf/Licitacoes>), para o qual serão convidadas todas as licitantes.

16.4.2 Se todos os representantes das proponentes estiverem presentes à sessão e renunciarem ao prazo recursal, a CPL dará continuidade aos procedimentos de licitação, de acordo com o previsto nos subitens seguintes.

QUARTA SESSÃO

16.5 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 através de publicação no Canal do Fornecedor (<https://www.scf3.sebrae.com.br/portalcf/Licitacoes>), para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) Identificar os representantes das licitantes presentes;
- b) Receber e abrir os envelopes nº 05 da licitante provisoriamente vencedora, cujos documentos serão rubricados pelos membros da CPL e pelos representantes das licitantes presentes;
- c) Analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital;
- 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 no Canal do Fornecedor (<https://www.scf3.sebrae.com.br/portalc/Licitacoes>), abrindo-se prazo de 2 (dois) dias úteis para interposição de recurso.
- f) Se todos os representantes das proponentes estiverem presentes à sessão e renunciarem ao prazo recursal, a CPL dará continuidade aos procedimentos de licitação.

17. DO RECURSO ADMINISTRATIVO

10.1 No final da sessão, a licitante que quiser recorrer deverá manifestar **imediate e motivadamente** a sua intenção, abrindo-se então o prazo de **02 (dois) dias úteis** para apresentação do recurso, ficando as demais licitantes desde logo intimadas para apresentar contrarrazões em igual número de dias, contados da comunicação da interposição do recurso, sendo-lhes assegurada vista imediata dos autos.

10.2 A ausência de manifestação imediata e motivada da licitante importará a decadência do direito de recurso e o encaminhamento do processo à autoridade competente para a homologação. De igual modo, o licitante não regularmente credenciado, que não tenha apresentado a documentação exigida nessa fase, não poderá interpor recurso vez que tal ato exige motivação na Ata da sessão pública.

10.3 Interposto o recurso a CPL poderá reconsiderar a sua decisão ou encaminhá-lo devidamente informando à autoridade competente.

10.4 Só será atribuído efeito suspensivo aos recursos interpostos contra a decisão que declarar a licitante vencedora, não o sendo nos demais casos.

10.5. Admitir-se-á o encaminhamento de recursos através do Canal do Fornecedor (<https://www.scf3.sebrae.com.br/portalc/Licitacoes>), respeitando o prazo estabelecido, em até 2 (dois) dias (úteis), sob pena de ser desconsiderada a prática do ato, operando-se a preclusão;

10.6. Os recursos e contrarrazões serão julgados no prazo de até 10 (dez) dias úteis, contados da data final para sua interposição. Em casos excepcionais a CPL comunicará aos interessados o novo prazo através do Canal do Fornecedor (<https://www.scf3.sebrae.com.br/portalc/Licitacoes>);

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

10.8. Decididos os recursos e constatada a regularidade dos atos praticados, a autoridade competente homologará o procedimento.

10.9. O resultado dos recursos nas fases intermediárias desta concorrência, será divulgado em sessão posterior. Os comunicados das sessões de reabertura serão publicados no Canal do Fornecedor (<https://www.scf3.sebrae.com.br/portalc/Licitacoes>), cabe aos licitantes acompanhar a movimentação do processo

10.10. O resultado dos recursos da fase final desta concorrência estará disponível no Canal do Fornecedor (<https://www.scf3.sebrae.com.br/portalc/Licitacoes>), cabe aos licitantes acompanhar a movimentação do processo.

18. DA VISTORIA E FISCALIZAÇÃO

18.1 Proclamada a vencedora da licitação e antes da assinatura do instrumento contratual, o SEBRAE/AM **poderá** realizar diligência/vistoria junto ao estabelecimento da licitante vencedora para certificar-se do atendimento às exigências contidas no presente Edital;

18.2 No caso de a diligência/vistoria constatar o não atendimento à qualificação técnica apresentada, o SEBRAE/AM se reserva ao direito de convocar a empresa segunda colocada e assim sucessivamente.

18.3 É prerrogativa do SEBRAE/AM proceder à mais ampla fiscalização sobre o fiel cumprimento do objeto desta licitação, sem prejuízo da responsabilidade da licitante vencedora, e avaliar a qualidade do objeto desta licitação, podendo rejeitá-lo no todo ou em parte.

18.4 Durante a vigência da contratação, a fiscalização será exercida pela Unidade de Gestão Comercial e Eventos – UGCE, representante do SEBRAE/AM, 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/AM.

19. DA ADJUDICAÇÃO E DA HOMOLOGAÇÃO

19.1 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/AM homologará ou não o resultado desta concorrência e, assim, aprovará ou não a adjudicação do seu objeto à licitante vencedora.

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

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

20. DA CONTRATAÇÃO

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

20.2 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, conforme Regulamento de Licitações e Contratos do Sistema Sebrae – Resolução CDN nº 493/2024.

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

20.4 A CONTRATADA ficará obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, até o limite de 50% (vinte e cinco por cento) do valor inicial do contrato.

20.5 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.

21. DO RECEBIMENTO E ACEITAÇÃO DO OBJETO

21.1 O objeto da licitação deverá ser entregue no local e prazos estabelecidos no Termo de Referência.

21.2 O objeto apresentado será avaliado quanto ao atendimento das condições estabelecidas, em caso do não atendimento às características técnicas de qualidade, o SEBRAE/AM determinará a substituição imediata, sem prejuízo às sanções cabíveis ao fornecedor;

21.3 Atendidos os requisitos de fornecimento, será lavrado Termo de Aceite pela equipe do SEBRAE/AM a fim de habilitar o pagamento.

22. DO PAGAMENTO

- 22.1** Os pagamentos decorrentes do objeto desta licitação serão efetuados em até 30 (trinta) dias, entrega da nota fiscal à Unidade demandante seguindo as orientações dos normativos internos do SEBRAE/AM quanto à emissão da Nota da Fiscal.
- 22.2** O pagamento do valor da fatura será feito através de crédito na conta corrente do contratado, que deverá informar previamente os dados ao **SEBRAE/AM**;
- 22.3** Nenhum pagamento isentará a **CONTRATADA** das suas responsabilidades, nem implicará em aprovação definitiva dos serviços executados total ou parcialmente;
- 22.4** A inadimplência da **CONTRATADA** quanto aos recolhimentos dos respectivos encargos, quando cabíveis, autorizará ao **SEBRAE/AM**, na ocasião do pagamento, a retenção das importâncias devidas, como garantia, até a comprovação perante a fiscalização, da quitação da dívida.

23. DAS INFRAÇÕES E DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

- 23.1** 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 pela Comissão Permanente de Licitação.
- 23.2** O adjudicatário que não comparecer ou se recusar, sem motivo justificado, a fornecer o objeto da sua proposta escrita ou lance verbal, dentro do prazo estabelecido no ato convocatório, fica sujeito a perdas e danos, desde logo estimados em 10% (dez por cento) do valor total da sua proposta escrita ou verbal, quantia esta reconhecida como líquida, certa e exigível, via execução.
- 23.3** A LICITANTE poderá sofrer a aplicação da penalidade de suspensão do direito de licitar ou contratar com abrangência nacional, aplicada pelo Sebrae Nacional, por prazo mínimo de 4 (quatro) e máximo de 6 (seis) anos, nas seguintes hipóteses:
- I – Apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação ou a execução do contrato;
 - II – Fraudar a licitação ou praticar ato fraudulento na execução do contrato;
 - III – Comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;
 - IV – Praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação;
 - V – Praticar ato lesivo previsto no artigo 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.
- 23.4** As multas serão cobradas judicialmente, ou recolhidas diretamente ao SEBRAE/AM, no prazo de 15 (quinze) dias corridos, contados da data de sua comunicação.
- 23.5** 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.
- 23.6** 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.
- 23.7** As penalidades previstas neste edital são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis.

24. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

24.1 As despesas referentes ao objeto deste termo correrão à conta do:

Projeto: 2024 – MARKETING DE PRODUTOS E SERVIÇOS

Ação: Divulgação e marketing de produtos e serviços

24.2 O valor estimado das despesas para execução deste contrato é de até R\$ **4.600.000,00 (quatro milhões e seiscentos mil reais) anual.**

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

25. DO PROGRAMA DE INTEGRIDADE – DUE DILIGENCE PARA INTEGRIDADE COM TERCEIROS

25.1 Essa licitação deverá observar o programa de integridade, DUE DILIGENCE, prevista no Programa de Integridade do SEBRAE/AM e visa especialmente mapear os riscos de integridade inerentes às contratações, licitações, parcerias, convênios, doações e patrocínios, de modo a identificar se está se relacionando com organizações que compartilham de seus valores de integridade.

25.2 Os requisitos observaram os critérios determinados no Regulamento de Licitações e Contratos do Sistema SEBRAE, além de legislações e normativos específicos, bem como orientações do Tribunal de Contas da União e da Controladoria Geral da União.

25.3 A adoção dos procedimentos estabelecidos **não elimina a necessidade de observância dos requisitos de habilitação previstos no Regulamento de Licitações e Contratos do Sistema SEBRAE**, consistindo em procedimento complementar.

25.4 Caso o fornecedor apresente risco com grau alto na contratação, não será recomendada a assinatura e continuidade do contrato com este fornecedor e sim, da segunda melhor proposta para uma nova aplicação do Due Diligence, sendo que esta operação poderá se repetir quantas vezes for necessária.

26. DISPOSIÇÕES GERAIS

26.1. O **SEBRAE/AM** 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/AM**, 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 resultar em laudo negativo, ou seja, se não atender as especificações e condições constantes do Edital, o **SEBRAE/AM** 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 Presidente da CPL.

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/AM, 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 de Licitação, 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/AM** o direito de cancelar ou revogar, 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.** Os licitantes assumem todos os custos de preparação e apresentação de suas propostas e o **SEBRAE/AM** 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/AM.
- 26.10.** O desatendimento de exigências formais não essenciais não importará o afastamento do 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 pela Comissão Permanente de Licitação, Assessoria jurídica do **SEBRAE/AM**, bem como pela Autoridade Superior, 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 através do Canal do Fornecedor (<https://www.scf3.sebrae.com.br/portalc/Licitacoes>).
- 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 Manaus/AM será o competente para dirimir as questões oriundas desta licitação e da relação jurídica dela decorrente

Manaus, 14 de Janeiro de 2025.

Taciani Cruz de Mendonça Silvano
Presidente da Comissão Permanente de Licitação
SEBRAE/AM

ANEXO I - TERMO DE REFERÊNCIA**TERMO DE REFERÊNCIA 96680/2024****1. OBJETO**

Contratação, sob demanda, de serviços de publicidade, propaganda e comunicação incluindo prestação de serviços de estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, e distribuição de comunicação publicitária a fornecedores, veículos, e demais meios de divulgação, com o objetivo de estudar e posicionar a marca SEBRAE junto a seus públicos e promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideais ou informar o público em geral, bem como o controle das inserções publicitárias (mídias contratadas) nos veículos de comunicação, a serem prestados por agência de propaganda, cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4680, de 18 de junho de 1965 e pela Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010.

2. JUSTIFICATIVA

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas no Amazonas (SEBRAE/AM), por meio de sua Unidade de Gestão Comercial e Eventos (UGCE), vem atuando com o apoio de uma Agência de Publicidade, colaborando diretamente com o alcance de metas ligadas à expansão do atendimento e maior uso de serviços por parte dos atuais e futuros empreendedores. A licitação para Agência de Publicidade, amplia consideravelmente a capacidade técnica e operacional do setor de comunicação, uma vez que permite a execução de campanhas de médio e grande porte, expandindo e fortalecendo a imagem institucional, assim como promovendo seus serviços e produtos para todo o Estado do Amazonas. A contratação de Agência de Publicidade passou a ser fundamental para o SEBRAE/AM, na medida em que seu suporte reforça consideravelmente tanto a força de trabalho, como as possibilidades de subcontratações úteis às atividades de promoção e comunicação, tais como compra de espaço propagandístico em órgãos de mídia tradicionais e contratação de fornecedores de serviços e produtos de comunicação alternativos, bem como os novos que possam surgir no mercado.

O SEBRAE/AM é um agente dedicado à capacitação e ao desenvolvimento do empreendedorismo amazonense, realizando atividades como treinamentos, viabilizando soluções inovadoras, consultorias, facilitação de acesso ao crédito, abertura de mercados e outras ações. Para fortalecer essa postura e difundir inúmeras atividades, produtos e serviços realizados pelo SEBRAE/AM, de modo que tenham seu alcance ampliado para o maior número possível de clientes, a publicidade se torna indispensável como uma ferramenta essencial para otimizar os esforços de comunicação da instituição.

Diante do cenário mundial de constante aceleração e com uma vasta gama de plataformas para as quais o SEBRAE/AM deve se adaptar e se comunicar com seu público, torna-se necessário a contratação de empresas especializadas, ou seja, Agências de Publicidade, Propaganda, Comunicação e Marketing. Tal contratação visa oferecer suporte técnico e estratégico para as ações de comunicação tanto em espaços online, quanto offline do SEBRAE/AM, de acordo com as novas orientações de comunicação. Isso inclui uma presença mais significativa e assertiva nas plataformas digitais e a expansão dos pontos de atendimento do SEBRAE/AM.

Por fim, ressalta-se que o Sistema SEBRAE estabelece, em seu mapa estratégico uma série de metas, ações e prioridades institucionais que são de responsabilidade dos SEBRAE em cada UF e, somando-se ao enunciado acima, para que todas essas demandas internas e expectativas externas sejam atendidas, a UGCE necessita do apoio criativo, técnico, metodológico e operacional de uma agência de publicidade e propaganda.

3. DESCRIÇÃO DETALHADA DO OBJETO

- 3.1. Prestação de serviços de publicidade e propaganda, sob demanda, em todos os meios de comunicação, e de apoio às atividades de Comunicação e Marketing para o SEBRAE/AM, incluindo, outros serviços, conforme a necessidade, como produção e acompanhamento de peças gráficas e eletrônicas e demais serviços de publicidade e propaganda, comunicação e marketing, a serem prestados por 01 (uma) agência de Publicidade e Propaganda.
- 3.2. O valor global destinado para gastos com os serviços objeto do presente instrumento é de até R\$ 4.600.000,00 (quatro milhões e seiscentos mil reais) para um período de 12 (doze) meses.
- 3.3. O valor previsto no subitem anterior poderá ser revisto, nos casos de alteração na política econômica e/ou de revisão no orçamento do SEBRAE/AM, a critério exclusivo deste.
- 3.4. A estimativa de até R\$ 4.600.000,00 (quatro milhões e seiscentos mil reais) anual constitui mera previsão dimensionada, uma vez que a prestação de serviços constitui-se por demanda, não estando o SEBRAE/AM obrigado a realizar o valor em sua totalidade, não cabendo à contratada o direito de pleitear qualquer tipo de reparação.
- 3.5. Compreendem os serviços de publicidade e propaganda 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 e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.
- 3.6. Também integram o objeto desta contratação, a solicitação sob demanda, de atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:
 - 3.6.1. 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.
 - 3.6.2. Planejamento estratégico de publicidade e propaganda.
 - 3.6.3. A produção e a execução técnica das peças e projetos publicitários criados.
 - 3.6.4. 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 e comerciais.
 - 3.6.5. A CONTRATADA deve atuar de acordo com a solicitação do SEBRAE/AM, através da Unidade de Gestão Comercial e Eventos (UGCE), que emitirá a ordem de serviço, conforme necessidade do SEBRAE/AM.

- 3.6.6. O produto final decorrente da execução do objeto desta licitação será propriedade do SEBRAE/AM, sendo, portanto, proibida a sua divulgação por qualquer meio ou sua reprodução total ou parcial sem expressa autorização, ficando o contratado sujeito às penalidades aplicáveis.
- 3.6.7. Instituição e manutenção de acervo da propaganda do SEBRAE/AM, em meio digital (Google Drive ou similar e/ou HD Externo), com as peças produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.
- 3.6.8. Criação e manutenção de banco de imagens, com as fotos e imagens, inclusive, as que possuam traços regionais, produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.
- 3.6.9. Planejamento, produção, seleção, curadoria, tratamento e/ou retoque de fotos e imagens, publicitárias para todas as finalidades de comunicação institucional, comercial e mercadológica do SEBRAE/AM.
- 3.6.10. A CONTRATADA entregará ao SEBRAE/AM todos os materiais e produtos adquiridos em decorrência do presente objeto, com as licenças correspondentes devidamente certificadas com os documentos pertinentes e obrigatórios, cedendo ainda os direitos autorais, marcas e patentes a eles vinculados, de forma que o SEBRAE/AM possa deles usar e dispor para todos os seus fins na forma do contrato e na proposta da CONTRATADA, independentemente de qualquer remuneração especial ou adicional àquela ajustada neste instrumento.
- 3.7. Definição das características e especificações do objeto contratual e escopo operacional dos trabalhos, sob demanda.
- 3.7.1. A CONTRATADA deve estar capacitada a prestar os seguintes serviços, além de outros que constituam seu desdobramento natural ou que lhes sejam complementares, agindo por conta e ordem do SEBRAE/AM:
- 3.7.2. Estudo do conceito, ideia, produto, marca ou serviço a difundir, incluindo a identificação e análise de suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas aos seus públicos e, quando for o caso, ao seu mercado e a sua concorrência.
- 3.7.3. Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado onde o conceito, ideia, marca, produto ou serviço encontre maior possibilidade de penetração.
- 3.7.4. Identificação e análise das ideias, marcas, produtos ou serviços concorrentes diretos ou indiretos.
- 3.7.5. Elaboração do plano publicitário, incluindo a concepção das mensagens, marcas e peças publicitárias de mídia e não mídia (criação), bem como envio dos arquivos finais aos fornecedores/veículos, o estudo dos meios e veículos que, segundo técnicas adequadas, assegurem a melhor cobertura dos públicos e/ou dos mercados objetivados (planejamento de mídia), orçamento e realização das peças publicitárias (produção).
- 3.7.6. Execução do plano publicitário, incluindo orçamento, criação de mídia, acompanhamento da entrega final e instalação das peças publicitárias por empresa terceirizada (Produção)

e controle da publicidade nos veículos contratados (Execução de Mídia).

- 3.7.7. 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.
- 3.7.8. O controle das inserções publicitárias (mídias contratadas) deverá ser feito através de relatório mensal com comprovação das veiculações nos veículos descritos no plano de mídia.
- 3.7.9. Elaboração de Relatórios de Campanha e Projetos, em formato de apresentação, contendo objetivos, defesa, ações desenvolvidas, mídias utilizadas, peças criadas e produzidas, orçamentos indicadores ou índices de resultados que permitam monitorar a efetividade das campanhas veiculadas.
- 3.7.10. Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões de serviço entre o SEBRAE/AM e contratada, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos existentes e para que ambas as partes tomem providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.
- 3.7.11. Participar de reuniões de Briefing para alinhamento das informações, tantas quantas forem necessárias, em local designado pelo SEBRAE/AM ou realizadas remotamente (online), sendo de responsabilidade do fornecedor documentar o conteúdo discutido.
- 3.7.12. Revisão de texto, gramatical e ortográfica, incluindo tradução para diferentes idiomas, conforme solicitação.
- 3.7.13. Planejamento, criação e implantação de campanhas de comunicação do SEBRAE/AM, visando o posicionamento da marca, lançamento e divulgação de produtos e serviços.
- 3.7.14. Execução de serviços de editoração impressas e/ou digitais, tais como: Relatórios de Gestão, Relatórios Institucionais (mensais e anuais), Livros, Revistas, Jornais, Folders, Catálogos, Informativos, Infográficos, Book de Patrocínio, entre outros.
- 3.7.15. Criação, produção e finalização de ilustração para fins editoriais.
- 3.7.16. Criação e produção de manuais de identidade visual.
- 3.7.17. Aquisição de fotos de bancos de imagem, inclusive que possuam traços e identificações regionais.
- 3.7.18. Planejamento, produção, seleção, curadoria e tratamento de fotos publicitárias para todas as finalidades de comunicação institucional, comercial e mercadológica do SEBRAE/AM.
- 3.7.19. Contratação de personalidades, atores, modelos, músicos, influenciadores e outros personagens e artistas para ações de comunicação, assim como, profissionais que promovem o embelezamento destes personagens, quando necessário.
- 3.7.20. Apoio no redirecionamento de domínio para websites e landing pages.
- 3.7.21. Desdobramentos de projetos Key Visual (KVs) indicados pela Unidade de Gestão Comercial e Eventos (UGCE).

- 3.7.22. Apoio na criação, produção e veiculação de conteúdo para fins educacionais, institucionais, comerciais ou mercadológicos do SEBRAE/AM.
 - 3.7.23. Tratamentos de imagens ou retoques em artes devem ser realizados sem cobrança extra, não podendo ser terceirizados.
 - 3.7.24. A CONTRATADA atuará por ordem e conta do SEBRAE/AM, em conformidade com a legislação vigente, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.
 - 3.7.25. Dedicar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações junto a terceiros e transferir, integralmente, ao SEBRAE/AM descontos especiais, bonificações, reaplicações, prazos especiais de pagamento e outras vantagens.
 - 3.7.26. Orientar e supervisionar a produção e a impressão dos materiais e peças gráficas aprovadas pelo SEBRAE/AM.
 - 3.7.27. Entregar ao SEBRAE/AM, até o dia 10 do mês subsequente, um relatório dos serviços concluídos, juntamente com os valores das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior.
 - 3.7.28. Assessorar e apoiar na contratação e desenvolvimento de pesquisas de hábitos de consumo de mídia, percepção da imagem de marca e outras que se fizerem necessárias à execução da estratégia de divulgação aprovada.
 - 3.7.29. Providenciar, sempre que necessário, o registro de marcas, expressões de propaganda, logotipos e de outros elementos visuais ou audiovisuais.
 - 3.7.30. A contratada poderá, sob demanda, ser responsável pelo projeto de comunicação visual e sinalização de eventos, feiras e etc.
 - 3.7.31. Assessorar na elaboração e desenvolvimento das ações específicas de endomarketing.
 - 3.7.32. Assessorar e apoiar a execução de ações de promoções e patrocínios.
 - 3.7.33. Assessoramento 360°, ou seja, além, da criação e veiculação das campanhas, deve-se contar com a criação de ações de comunicação visual para peças destinadas aos pontos de atendimento, tanto quanto a criação de ações promocionais como, por exemplo, participações em feiras e congressos, blitz promocional para abordagem de público, experiência como produto, entre outros formatos que deem sustentação, além dos diversos recursos e ferramentas de comunicação virtual que podem facilitar o contato do SEBRAE/AM com o público-alvo.
- 3.8. Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados ao SEBRAE/AM:
- 3.8.1. Fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores.
 - 3.8.2. Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

- 3.8.3. Exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e o detalhamento de suas especificações.
- 3.8.4. O SEBRAE/AM 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 a contratada executar obrigatoriamente mediante o fornecedor que oferecer o menor preço. O que não exclui o procedimento padrão da Agência relacionado ao acompanhamento e orientações pertinentes para a execução do serviço, ficando responsável pela entrega com qualidade.
- 3.8.5. O SEBRAE/AM reserva-se ao direito de contratar os serviços objetos 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 de 1965, que deverão ser contratados sempre pelas empresas contratadas.
- 3.8.6. A cotação deverá ser apresentada em formato digital por e-mail, com identificação do fornecedor.
- 3.8.7. Todas as contratações de serviços de produção através da CONTRATADA, sejam com ou sem os serviços de supervisão, deverão obrigatoriamente ser autorizadas pela Unidade de Gestão Comercial e Eventos do SEBRAE/AM.
- 3.8.8. A CONTRATADA deverá entregar os orçamentos solicitados no prazo de até 2 (dois) dias úteis, formalizados por e-mail à Unidade de Gestão Comercial e Eventos (UGCE) do SEBRAE/AM.
- 3.8.9. Se não houver possibilidade de obter 3 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão da SEBRAE/AM.

4. PRAZO, LOCAL E CONDIÇÕES DE ENTREGA OU EXECUÇÃO

4.1. DOS PRAZOS

- 4.1.1. Os prazos têm como ponto de partida a solicitação e/ou o envio do briefing pela equipe do SEBRAE/AM para a CONTRATADA. A ampliação do prazo de entrega, quando necessária, será discutida e aprovada pela Unidade de Gestão Comercial e Eventos (UGCE) do SEBRAE/AM.
- 4.1.2. O atendimento ao SEBRAE/AM deverá ser imediato (em até 60 minutos) após a solicitação dos serviços, e os prazos para realização dos mesmos deverão seguir orientações do SEBRAE/AM.
- 4.1.3. Os prazos de desenvolvimento e entrega das campanhas ou peças avulsas de comunicação será negociado em reunião de briefing, de acordo com as necessidades do SEBRAE/AM, não podendo ultrapassar os prazos limites sugeridos no quadro abaixo:

4.2. TABELA:

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	Planejamento, execução e acompanhamento de Flash Mob.	Até 10 dias úteis
10	Peças únicas, sem acabamentos especiais, menos de 02 dobras ou até 4 páginas, que utilizem fotos de bancos de imagens. Criação sem a necessidade e ilustração, 3D ou criação de logomarca, que não envolvam faca especial ou acabamentos para aplicação de cor especial, quinta cor ou vernizes complexos.	Até 3 dias úteis
11	Folder com mais de duas dobras.	Até 4 dias úteis
12	Peças que envolvam a criação de ilustrações, 3D, tabelas, produção e tratamento de imagens.	Até 7 dias úteis
13	Criação de naming, marcas, logotipos, símbolos, ilustrações, estampas e outros elementos de programação e identidade visual.	Até 7 dias úteis
14	Peça avulsa.	Até 2 dias úteis
15	Roteiro de spot de até 30" para rádio ou 60" para carro de som.	Até 2 dias úteis
16	Jingle.	Até 3 dias úteis
17	Roteiro para VT com captação de imagens e/ou depoimentos ou de tempo superior a 30 segundos.	Até 7 dias úteis
18	Página home/landing page	Até 20 dias úteis
19	Website superior a 3 páginas.	Até 5 dias úteis
20	Apresentação de até 10 slides.	Até 2 dias úteis
21	Apresentação superior a 10 slides.	Até 4 dias úteis
22	Plano publicitário.	Até 10 dias úteis
23	Planejamento de mídia.	Até 5 dias úteis
24	Relatório de execução / entrega / mídia.	Até 3 dias úteis
25	Peças de oportunidades.	Até 1 dia útil

5. DA FORMA DE ENTREGA DE MÍDIA

- 5.1. A CONTRATADA deverá disponibilizar ao SEBRAE/AM, em até 10 dias corridos, após a produção das peças, os arquivos abertos, de forma que o SEBRAE/AM possa alterá-los ou reutilizá-los, a seu critério, ceder a parceiros ou outras Unidades do Sistema SEBRAE. Para cumprir com objetivo, faz-se necessário que a empresa possua sistema para armazenamento em nuvem e compartilhamento das peças abertas em todos os formatos disponíveis, inseridos em ordem cronológica, sem custos adicionais para o SEBRAE/AM, assim como também possuir sistema de atendimento para envio e recebimento de demandas, de modo a agilizar o serviço, sendo garantido o acesso a todos os membros da instituição, sem ônus para o SEBRAE/AM.
- 5.2. Os arquivos contendo as cópias com as peças de: TV e Cinema, Internet, Rádio, Mídia impressa e material publicitário deverão ser entregues nos formatos definidos pelo SEBRAE/AM.
- 5.3. Caso as mídias indicadas se tornem tecnologicamente obsoletas, o SEBRAE/AM indicará mídia

substituta para envio da cópia das peças produzidas.

- 5.4. Disponibilizar ao SEBRAE/AM informações que forem solicitadas a respeito da mídia utilizada.
- 5.5. A CONTRATADA deverá disponibilizar, sempre que solicitada, as artes abertas de todos os arquivos em produção ou já produzidos, bem como suas fontes (tipologias) e imagens (fotos produzidas e ou compradas).
- 5.6. A CONTRATADA deve manter um arquivo portfólio e disponibilizar, sempre que solicitado, todos os materiais em produção ou já produzidos.

6. DA FORMA DE REMUNERAÇÃO/PRAZOS DE PAGAMENTOS/ENTREGAS DE NOTAS FISCAIS E EVIDÊNCIAS

6.1. DA REMUNERAÇÃO

Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada conforme condições da proposta de preços a ser apresentada por ocasião da participação na licitação, observados os requisitos da Lei 4.680/1965, Decreto 57.690/1966e Lei 12.232/21010 que regula os serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, conforme abaixo:

- I. Desconto sobre os custos internos, baseado na tabela referencial de preços da FENAPRO - Federação Nacional das Agências de Propaganda de_% (por cento*);
- II. Percentual de honorários, incidente sobre custos dos serviços e suprimentos externos orçados junto a fornecedores especializados, selecionados pela Agência ou indicados pelo SEBRAE/AM, quando geram veiculação de_% (por cento*);
- III. Percentual de honorários, incidente sobre custos dos serviços e suprimentos externos orçados junto a fornecedores especializados, selecionados pela Agência ou indicados pelo SEBRAE/AM, quando não geram veiculação de_% (por cento*);
- IV. Fica estabelecido que a criação de textos de peças e campanhas, assim como seus respectivos layouts, reprovados pelo SEBRAE/AM, não poderão ser cobrados pela CONTRATADA;
- V. Os honorários na forma pactuada na proposta apresentada pela licitante, conforme modelo de proposta de preços apresentado, serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA;
- VI. Havendo eventualmente alterações nos valores da tabela referencial de preços da FENAPRO - Federação Nacional das Agências de Propaganda, a nova tabela será aplicada ao contrato, para novos serviços demandados após 60 dias da data de homologação da referida tabela;
- VII. Na reutilização de peças por novos períodos iguais ao inicialmente pactuado, o percentual máximo sobre o cachê original, a ser pago pelo SEBRAE/AM a atores, músicos, modelos e locutores, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, será objeto de negociação caso a casa junto à CONTRATADA estando, no entanto, limitado a 50% do valor inicialmente contratado;

- VIII. Honorários de % (por cento) incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços realizados por terceiros, com a efetiva intermediação da CONTRATADA;
- IX. A CONTRATADA receberá o percentual de desconto a ser concedido pelos veículos de divulgação;
- X. A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto-padrão de agência quando da utilização, pelo SEBRAE/AM, de créditos que a este tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato;
- XI. Os pagamentos a terceiros por serviços prestados, serão efetuados, pela CONTRATADA, nos prazos e condições previamente expressos pelos fornecedores em seus documentos fiscais, em consonância com as condições de pagamentos estabelecidos pelo SEBRAE/AM;
- XII. Nenhum pagamento isentará a CONTRATADA de suas responsabilidades estabelecidas neste Termo de Referência, nem implicará em aprovação definitiva dos serviços executados total ou parcialmente;
- XIII. São de responsabilidade exclusiva da CONTRATADA todos os custos e despesas referentes à prestação dos serviços, tais como custos diretos e indiretos, inclusive tributos, encargos sociais e trabalhistas, contribuições parafiscais, além de quaisquer outros necessários ao cumprimento integral do objeto do contrato. Se, por ocasião da apuração do tributo a recolher, na condição de Substituto Tributário, o SEBRAE/AM incorrer em multas e juros, estes deverão ser arcados pela CONTRATADA e descontados dos valores que este tenha a receber, caso não tenha observado as obrigações quanto à emissão da Nota Fiscal nos prazos estabelecidos em contrato;
- XIV. Não se admitirá o pagamento antecipado sob qualquer pretexto;
- XV. Os processos de pagamentos deverão ser quitados ou provisionados, impreterivelmente dentro do Exercício Fiscal;
- XVI. O SEBRAE/AM reserva-se o direito de recusar o pagamento se o objeto contratado não estiver sendo prestado de acordo com o proposto, aceito e contratado;
- XVII. Pelo descumprimento de qualquer das cláusulas estabelecidas neste instrumento, em especial a não apresentação das certidões e demais documentos exigidos no contrato, pela apresentação de certidões vencidas ou que perderam a vigência e pela apresentação de documentação em desacordo com o que foi estabelecido, o pagamento somente será efetuado após decisão administrativa;
- XVIII. O SEBRAE/AM poderá deduzir do montante a pagar de qualquer parcela do contrato, as indenizações e multas devidas pela CONTRATADA, em razão da inadimplência, descumprimento contratual ou ação judicial, nos termos do presente contrato, desde que haja contraditório;
- XIX. Os pagamentos dos fornecedores da CONTRATADA não estão vinculados aos pagamentos realizados pelo SEBRAE/AM, sendo responsabilidade da CONTRATADA

pagar pontualmente os fornecedores, imediatamente, após execução dos serviços em conformidade ao que foi solicitado, ficando estabelecido que o SEBRAE/AM não responde solidária ou subsidiariamente por esses pagamentos, que são de única e inteira responsabilidade da CONTRATADA.

6.2. DO PRAZO DE PAGAMENTO

O pagamento será efetuado em até 30 (trinta) dias, nos prazos estabelecidos no Calendário de Pagamento do SEBRAE/AM, após a execução da prestação dos serviços, de acordo com as condições de pagamento estabelecidas no Item 6.1, com o devido atesto na Nota Fiscal pela Unidade Demandante, juntamente com as evidências e Certidões de regularidade fiscal, seguindo as orientações dos normativos internos do SEBRAE/AM.

6.3. DO PRAZO DE FATURAMENTO E CONDIÇÕES DE EMISSÃO DE NOTAS/EVIDÊNCIAS

- a) A Nota Fiscal deverá ser emitida em nome do SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO AMAZONAS — SEBRAE/AM, situado na Rua Leonardo Malcher, 924 — Centro, CNPJ n.º 04.322.004/0001-47, Inscrição Municipal n.º 503101, Manaus/AM, CEP. 69010-170;
- b) Em razão dos trâmites que antecedem a consolidação do Processo de Pagamento, a Nota Fiscal deverá ser emitida e entregue a Unidade Gestão Comercial e Eventos (UGCE), até o dia 20 do mês em que ocorrer o fato gerador (efetiva prestação dos serviços), nas condições estabelecidas no item 5.1;
- c) E para fins de cumprimento do prazo final de entrega, que ocorrerá até o dia 25 de cada mês (se dia 25 cair no final de semana, deverá ser antecipado a entrega). A data-limite e prazo final inclui as datas para emissão/recebimento da Nota Fiscal/Evidências pela Unidade Demandante e envio do Processo de Pagamento completo via sistema eletrônico à Unidade de Controladoria, Contabilidade e Finanças (UCOF);
- d) A emissão da Nota Fiscal deverá obedecer ao regime de competência em conformidade com o prazo de execução da prestação do serviço;
- e) As notas fiscais/faturas, não aprovadas pelo SEBRAE/AM, serão devolvidas à CONTRATADA para as correções, acompanhadas dos motivos de sua rejeição, recontando-se o prazo para pagamento a partir da reapresentação, sem qualquer tipo de correção de seu valor;
- f) A Nota Fiscal deverá vir acompanhada das CND's: Certidão Negativa de Débitos Relativos aos Tributos Federais e à Dívida Ativa da União; Certidão Negativa de Débitos de Tributos Municipais e Estaduais; Certidão FGTS — Certificado de Regularidade do FGTS — CRF;
- g) Quando houver a necessidade de contratação que envolver Cessão de Mão de Obra, apresentar Certidão Negativa de Débitos junto à Justiça do Trabalho e deverá fazer parte integrante, os Comprovantes de Pagamento e Guias de INSS, FGTS, Folha de Pagamento, Protocolo de Conectividade Social e GFIP/SEFIP.
- h) Deverá fazer parte integrante da Nota Fiscal, Declaração para não retenção de Impostos quando tratar-se de empresas Optante do Simples Nacional, Empresas Isentas/Imunes e INSS, quando o serviço for prestado pelo sócio proprietário conforme Artigo 115 Incisos II e

III, §§ 2º e 3º da IN RFB 2110/2022, (se aplicar) de acordo com enquadramento da empresa e demais condições tributárias;

- i) A CONTRATADA somente executará os serviços após a aprovação formal e aceitação destes por parte do SEBRAE/AM;
- j) A Nota Fiscal de prestação de serviços será apresentada após o término dos serviços executados e respectivo atesto pela CONTRATADA, acompanhada dos seguintes documentos: a) Cópias das faturas dos veículos de comunicação e comprovantes de veiculação; b) Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao SEBRAE/AM para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação (Conforme previsão do Artigo 15 da Lei 12.232 de 2010).
- k) Todas as notas fiscais entregues devem estar citadas em protocolo de entrega, de responsabilidade da CONTRATADA, incluindo notas fiscais de mídia. A cópia do protocolo deve ser entregue na Unidade de Gestão Comercial e Eventos (UGCE).
- l) A CONTRATADA apresentará ao SEBRAE/AM cópias dos respectivos documentos fiscais que comprovem os pagamentos feitos a terceiros, quando solicitados pela Unidade de Gestão Comercial e Eventos (UGCE).
- m) Caberá à CONTRATADA encaminhar à Unidade de Gestão Comercial e Eventos (UGCE) do SEBRAE/AM, até o dia 3 (três) do mês subsequente, Relatório Financeiro dos serviços solicitados referentes ao mês anterior, contendo os valores monetários pagos, autorizados e faturados, separados por cada trabalho (job) e tipo de despesa (criação, produção, mídia e suas comissões), incluindo os valores de terceiros.

7. DOS DIREITOS AUTORAIS

- I. A CONTRATADA fará constar em sua Proposta de Preços, declaração firmada por representante legal, relativa à questão dos direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir, estabelecendo:
- II. Para os direitos de autoria intelectual (criação, textos, produção, direção, trilha sonora original, arte-finalização e assemelhados), a **CONTRATADA** se compromete a ceder, definitiva e incondicionalmente, ao **SEBRAE/AM**, todos os direitos patrimoniais sobre os mesmos.
- III. Para os direitos de imagem (atores, cantores e modelos) e para os direitos de uso de obras artísticas novas ou preexistentes (ou de sua reprodução), o licenciamento de uso, ao SEBRAE/AM, pelo prazo de duração do contrato de cessão de imagem.
- IV. O compromisso da CONTRATADA em fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os valores dos cachês e os licenciamentos de uso de obras artísticas novas ou preexistentes, incluso nesses orçamentos.

8. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA**8.1. Qualificação Técnica:**

Para qualificação técnica, deverá a licitante apresentar os seguintes documentos:

- 8.1.1. **ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA (DA LICITANTE).** Atestado, certidão ou declaração expedida por Pessoa Jurídica de Direito Público ou Privado, qualificando e comprovando a prestação dos serviços em características com o objeto da presente contratação.
- 8.1.2. O atestado, certidão ou declaração, de que trata o item 7.1.1, deverá ser apresentado em papel timbrado ou com carimbo do CNPJ da pessoa jurídica, contendo a identificação do signatário, cargo, nome e telefones para contato, tipo de serviço prestado, local da prestação dos serviços, características e caracterização do bom desempenho da licitante.
- 8.1.3. Agências de Publicidade legalmente constituídas, que exerçam as atividades disciplinadas pela Lei Nº 4.680 de 1965 e que tenham obtido o Certificado de Qualificação Técnica fornecido pelo Conselho Executivo de Normas-Padrão — CENP ou entidade equivalente (Arts. 1º, 4º e § 1º da Lei 12.232 de 2010).

9. DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

As despesas referentes ao objeto deste termo correrão à conta do:

Projeto: 2024 – MARKETING DE PRODUTOS E SERVIÇOS

Ação: Divulgação e marketing de produtos e serviços

10. VALOR DO CONTRATO

O valor estimado das despesas para execução deste contrato é de até R\$ 4.600.000,00 (quatro milhões e seiscentos mil reais) anual.

11. VIGÊNCIA DO CONTRATO

11.1. O prazo de vigência do contrato será pelo período de 12 (doze) meses, contados da data da última assinatura da Diretoria do **SEBRAE/AM**.

11.2. **Parágrafo único.** Podendo ser prorrogado, mediante Termo Aditivo, até o limite de 60 (sessenta) meses, caso seja de interesse do **SEBRAE/AM**.

12. GARANTIA CONTRATUAL

Não será exigida garantia da execução do contrato, mas o **SEBRAE/AM** poderá reter, do montante a pagar, valores para assegurar o pagamento de multas, indenizações e ressarcimentos devidos pela **CONTRATADA**.

13. OBRIGAÇÕES DO SEBRAE/AM

a) Obriga-se o **SEBRAE/AM**:

1. Efetuar o pagamento na forma convencionada, dentro do prazo previsto, desde que atendidas as formalidades previstas.
2. Notificar imediatamente a **CONTRATADA**, sobre as falhas ou defeitos observados na execução do objeto contratado.
3. 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.
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.
5. 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.
6. Fica assegurado ao SEBRAE/AM 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. 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/AM.

14. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

a) Obriga-se a **CONTRATADA**:

1. Executar fielmente o objeto contratado conforme as especificações contidas em sua proposta.
2. Manter-se durante toda execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, e com todas as condições de habilitação e qualificação exigidas, sob pena de rescisão unilateral do contrato.
3. A **CONTRATADA** se obriga a realizar suas atividades utilizando profissionais regularmente contratados e especializados em suas funções, atendendo à exigência de experiência e formação convencionada. Cabe à **CONTRATADA** total e exclusiva responsabilidade pela condução e coordenação de seu pessoal para a execução das atividades contratadas, além de atender integralmente a toda legislação que rege os negócios jurídicos e que lhe atribua responsabilidades, com ênfase na previdenciária, na trabalhista, sindical, tributária e cível em especial medicina e segurança do trabalho.

4. Arcar com as despesas pelo cumprimento das obrigações fiscais, previdenciárias, trabalhistas, encargos sociais, transporte, hospedagem, alimentação, frete, entrega, seguros, taxas, tributos e contribuições de qualquer natureza ou espécie, salários e demais despesas diretas e/ou indiretas, necessárias à execução total do objeto contratado, inexistindo qualquer tipo de solidariedade do SEBRAE/AM, para com a CONTRATADA quanto a estas obrigações.
5. Cumprir fielmente o objeto contratado de modo que se realize com esmero e perfeição e no prazo estabelecido, executando-o sob sua inteira responsabilidade.
6. Não transferir a terceiros a execução do objeto do presente instrumento, no todo ou em parte, sem prévia e expressa autorização do SEBRAE/AM.
7. Cumprir as atividades com profissionais especializados, assumindo total e exclusiva responsabilidade pelo integral atendimento de toda a legislação aplicável referente ao objeto de que trata o presente instrumento.
8. Responsabilizar-se por quaisquer acidentes de que possam ser vítimas seus empregados e prepostos, quando nas dependências do SEBRAE/AM ou em qualquer outro local onde estejam prestando os serviços objeto do presente instrumento, devendo adotar as providências que exigir a legislação em vigor.
9. Cumprir, além dos postulados legais vigentes de âmbito federal, estadual ou municipal, as normas vigentes de segurança do trabalho.
10. Cumprir as leis e regulamentos de que tratam a segurança do trabalho, bem como as normas técnicas da Associação Brasileira de Normas Técnicas — ABNT e demais postulados vigentes.
11. Sujeitar-se à mais ampla fiscalização por parte do SEBRAE/AM, prestando todos os esclarecimentos solicitados e atendendo às reclamações procedentes, caso ocorram.
12. Responder perante o SEBRAE/AM e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de sua omissão, na condução do objeto deste instrumento sob a sua responsabilidade ou por erros relativos à execução do objeto deste instrumento.
13. Informar imediatamente o SEBRAE/AM toda e qualquer excepcionalidade durante a execução do objeto deste instrumento, que possam porventura atrasar o serviço e/ou as condições de entrega e execução.
14. Cumprir os critérios de sustentabilidade quanto ao objeto do presente contrato, observando fielmente o que preceitua as boas práticas e a legislação vigente sobre a matéria.
15. Quando da necessidade de apresentação de relatórios, que sejam impressos preferencialmente em papel reciclado.
16. A CONTRATADA deverá zelar pela imagem institucional do SEBRAE/AM.
17. É de responsabilidade da CONTRATADA buscar as autorizações de uso de imagem para as campanhas desenvolvidas para a instituição

§ 1º A **CONTRATADA** declara sob as penas da Lei que:

1. Declaro ter lido e compreendido o Código de Ética do Sistema SEBRAE e assumo o compromisso de cumpri-lo e respeitá-lo em todas as minhas atividades na Instituição, zelando por sua aplicação;
2. Declaro que não consto do CADASTRO NACIONAL DE EMPRESAS INIDÔNEAS E SUSPENSAS (CEIS), CADASTRO NACIONAL DE EMPRESAS PUNIDAS (CNEP), LISTA DE LICITANTES INIDÔNEOS DO TRIBUNAL DE CONTAS DA UNIÃO (TCU), CADASTRO DE ENTIDADES PRIVADAS SEM FINS LUCRATIVOS IMPEDIDAS (CEPIM) e no CADASTRO DE EMPREGADORES QUE TENHAM SUBMETIDO TRABALHADORES A CONDIÇÕES ANÁLOGAS ÀS DE ESCRAVO (Secretaria de Trabalho – Ministério da Economia);
3. Declaro não empregar menores de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, nem menores de dezesseis anos em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir dos quatorze anos;
4. Declaro não empregar trabalhadores em trabalhos degradantes ou forçados;
5. Declaro não estar suspensa de participar de licitação com o Sistema SEBRAE, com a Administração Pública e com a União, cuja penalidade esteja em vigor;
6. Declaro, que para fins de contratação com o **SEBRAE/AM**, que nos quadros da **CONTRATADA**, INEXISTE vínculo de parentesco por consanguinidade ou por afinidade entre sócios, gerentes ou diretores até o 3º grau, com Dirigentes, Gerentes, Assessores, Chefes de Gabinete, e Conselheiros do **SEBRAE/AM** (parentes até terceiro grau: Em linha reta: pais, avós, bisavós, filhos (as), netos(as) e bisnetos (as); em linha colateral: irmão (ã), tio (a) e sobrinho (a); por afinidade: genro, nora, sogro (a), enteado (a), madrasta, padrasto, cunhado (a));
7. Declaro ter conhecimento sobre as boas práticas de compliance, incluindo-se a “DUE DILIGENCE” de integridade por demanda, razão pela qual na intenção de tentar estabelecer uma relação comercial como SEBRAE/AM, entende que este poderá verificar informações que estamos fornecendo sobre a empresa, também o SEBRAE/AM poderá obter informação de terceiros a fim de avaliar nossa empresa. Portanto, em representação da nossa empresa e por este meio, outorgo o consentimento e a autorização para o SEBRAE/AM e seus representantes executarem uma revisão de antecedentes, que pode incluir, entre outros (I) a informação fornecida da nossa empresa, (II) informação comercial relevante sobre a nossa empresa, as nossas entidades matrizes subsidiárias, sócios gerais/específicos, proprietários e sócios comerciais, (III) reputação geral e trajetória empresarial, o cumprimento das normas contra a lavagem de dinheiro, diretrizes anticorrupção ou outras listas oficiais de advertência, seja de nossa empresa, de suas entidades matrizes e subsidiárias, sócios gerais/específicos, proprietários, diretores, funcionários e empregados principais. Além disso, afirmamos que as nossas entidades matrizes e subsidiárias, sócios gerais/específicos, proprietários, diretores, funcionários e empregados principais foram informados e dão o seu consentimento (quando necessário) para tais pesquisas. Entendemos que, durante o curso da verificação de todas as informações declaradas, incluindo-se os antecedentes, pode ser necessário complementar ou verificar a exatidão e integridade das informações contidas nesta declaração. Portanto, autorizamos expressamente o SEBRAE/AM, os seus agentes autorizados e/ou qualquer pessoa ou entidade pública, governamental ou privada, que responsabilmente, possam ser contatados, para solicitar informação relevante para permitir

o desenvolvimentodas pesquisas mencionadas aqui.

§ 2º São expressamente vedadas à **CONTRATADA**:

1. A veiculação de publicidade acerca desta contratação, salvo se houver prévia autorização do SEBRAE/AM.
2. A subcontratação total ou parcial para a execução do objeto desta contratação, salvo se houver prévia autorização do **SEBRAE/AM**.

15. DIRETRIZES ANTICORRUPÇÃO

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

§ 1º A **CONTRATADA** assume que é expressamente contrária à prática de atos que atentem contra o patrimônio e a imagem do Sistema SEBRAE.

§ 2º 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 contaprópria 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 desta contratação, ou de outra forma que não relacionada a esta contratação, devendo garantir, ainda, que seus prepostos e colaboradores ajam da mesma forma.

§ 3º As partes se comprometem a estabelecer, de forma clara e precisa, os deveres e as obrigações de seus agentes e/ou empregados em questões comerciais, para que estejam sempre em conformidade com as leis, as normas vigentes e as determinaçõesdesta contratação.

16. PROPOSTA TÉCNICA

A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica em 03 (três) invólucros distintos: Invólucro nº 1 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada; Invólucro nº 2 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada; e Invólucro nº 3 – Conjunto de Informações, constituído de Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluçõesde Problemas de Comunicação.

A Proposta Técnica deverá ser estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

QUESITOS	SUBQUESITOS
1. Plano de Comunicação Publicitária	I. Raciocínio Básico
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária
	III. Ideia Criativa
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia
2. Capacidade de Atendimento	
3. Repertório	
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

- 16.1. A proposta técnica será redigida em Língua Portuguesa, salvo quando a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.
- 16.2. A proposta técnica deverá conter, obrigatoriamente, os seguintes quesitos e subquesitos: Plano de Comunicação Publicitária (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa, Estratégia de Mídia e Não Mídia) e Conjunto de Informações (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação).

17. REGRAS GERAIS AO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃOIDENTIFICADA

- 17.1. O Plano de Comunicação Publicitária — Via Não Identificada deverá ser apresentado da seguinte forma:
- 17.1.1. em papel A4, branco, sem brilho, com 75 gr/m², orientação retrato;
 - 17.1.2. espaçamento de 2 cm nas margens direita, superior e inferior, e de 3 cm na margem esquerda, a partir da borda;
 - 17.1.3. texto em fonte “Arial”, tamanho “12 pontos”, estilo “normal”, cor “preta” (automático);
 - 17.1.4. títulos, subtítulos e entretítulos em letras maiúsculas, em fonte “Arial”, tamanho “12 pontos”, estilo “normal”, cor “preta” (automático);
 - 17.1.5. texto com espaçamento “simples” entre as linhas, e “duplo” após títulos, subtítulos e entretítulos;
 - 17.1.6. sem recuos nos textos, títulos, subtítulos e entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes;
 - 17.1.7. alinhamento justificado do texto;
 - 17.1.8. 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”;
 - 17.1.9. capa e contracapa em papel A4, sem brilho, com 75/m², ambas em branco;
 - 17.1.10. 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 item 17.4.
 - 17.1.11. sem identificação da licitante.
- 17.2. Os subquesitos 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”.

- 17.3. 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.
- 17.4. Os exemplos de peças integrantes do subquesto Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno de que trata o item 17.1.
- 17.5. Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Invólucro, cabendo à licitante atentar que em hipótese alguma poderá levar a identificar o proponente da proposta “não identificada” ocorrência prevista no termo de referência através da qual a Comissão Permanente de Licitação não receberá o Invólucro, e impedirá também de receber os demais invólucros da mesma licitante.
- 17.6. O subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia está submetido aos critérios do item I no que diz respeito à produção de textos. Com relação às tabelas, gráficos e planilhas:
- Não poderão ser apresentados em cores;
 - Poderão ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados pelos programas que geram estas tabelas, gráficos e planilhas;
 - Terão que obedecer a formatação de margem disposta no item 17.1, alínea 17.1.2.;
 - Ser apresentados em papel A4 ou A3 dobrado;
 - 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;
 - As planilhas emitidas para simulação do plano de mídia não poderão apresentar o número automático da PI/AP, quando gerados por processadores eletrônicos de documentos.
- 17.7. 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, sob pena de desclassificação.
- 17.8. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da Ideia Criativa, incluindo a relação comentada prevista na alínea 3.1 do subitem 3 (Ideia Criativa) estão limitados, no conjunto, a 12 (doze) páginas.
- 17.9. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe à licitante atentar para a inviolabilidade do sigilo, na forma do inciso IV anterior, quanto ao Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada.
- 17.10. 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.

18. DA APRESENTAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

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 deste Termo), observadas as seguintes disposições:

- 18.1. **Raciocínio Básico:** apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação

publicitária do **SEBRAE/AM**, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o problema específico de comunicação a ser enfrentado;

18.2. **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/AM**, 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, especificamente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

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

18.3.1. Apresentar relação de todas as peças que julgar necessárias para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no subitem 18.2. Estratégia de Comunicação Publicitária, com comentários sucintos e objetivos sobre cada peça e ou material;

18.3.2. 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.

18.3.3. Os comentários mencionados na alínea 18.3.1. do subitem 18.3. Ideia Criativa 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.

18.4. Os exemplos de peças de que trata a alínea 18.3.2. do subitem 18.3. Ideia Criativa:

- Estão limitadas a 07 (sete), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça;
- Podem ser apresentadas sob a forma de: roteiro, layout e Ou storyboard impressos; protótipo ou “monstro”, para rádio e internet; storyboard para TV e cinema;
- Também poderão ser aceitas peças finalizadas em caso de Não Mídia;
- Apresentadas como parte de um kit serão computados individualmente.

18.5. Reduções e variações de formato serão consideradas como peças.

18.6. 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).

18.7. Os protótipos ou monstros de peças eletrônicas (spot, vt, filme) poderão ser apresentados em HD, Armazenamento em nuvem, pen drive, cartão de memória (SD e microSD), 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.

- 18.8. Os dispositivos como HD, Armazenamento em nuvem, pen drive, cartão de memória (SD e microSD) gravados com protótipos ou “monstros” deverão ser etiquetados/renomeados com o código A4HD1 ou similar, e conter a indicação de que se refere o subitem 18.7.
- 18.9. HDs, armazenamento em nuvem, pen drive, cartão de memória (SD e microSD) deverão ser acondicionadas em envelopes de cor branca, sem identificação, colados em papel A4 ou cartão no formato A4, nas gramaturas entre 75g/m² a 300g/m².
- 18.10. Os protótipos ou “monstros” de peças para a internet poderão ser produzidos em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, html, mpeg.
- 18.11. As peças gráficas deverão ser impressas em papel A4 ou A3 (dobrado) com até 120gr/m², ambas em branco, em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, observado o disposto no subitem 17.5.
- 18.12. Um hotsite e todas as suas páginas serão considerados uma peça:
 - 18.12.1. Um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados uma peça;
 - 18.12.2. Um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados uma peça;
 - 18.12.3. Um hotsite cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao hotsite, será considerado uma peça;
 - 18.12.4. Na apresentação de proposta de hotsite, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento;
 - 18.12.5. Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 18.4., 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 25.3.

19. Estratégia de Mídia e Não Mídia – constituída de:

- 19.1. 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 (Anexo I deste Termo), sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.
- 19.2. 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.
- 19.3. Todas as peças que integrarem a relação prevista na alínea 18.3.1. do subitem 18.3. Ideia Criativa deverá constar dessa simulação.
- 19.4. 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.

19.5. Nessa simulação:

- I. Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabelacheia, sem desconto, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação, sob pena de desclassificação.
- II. Deve ser desconsiderado o repasse do desconto-padrão de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965, sob pena de desclassificação.
- III. Devem ser desconsiderados os custos internos de criação e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores, sob pena de desclassificação.

20. DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA

O Plano de Comunicação Publicitária — Via Identificada, sem os exemplos de peças da IdeiaCriativa, 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.

21. DA CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

- 21.1. 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.
- 21.2. Os documentos e informações e o caderno específico 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.
- 21.3. A Capacidade de Atendimento está limitada a 80 (oitenta) páginas.
- 21.4. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante apresentará:
 - 21.4.1. Relação nominal dos seus principais clientes, com a especificação do início de atendimento de cada um deles.

- 21.4.2. A quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (nomínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se, no mínimo, as funções especificadas na tabela do item 22.
- 21.4.3. As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato.
- 21.4.4. A sistemática de atendimento, discriminando os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peças avulsas ou de campanha e na elaboração de plano de mídia.
- 21.4.5. 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.

22. A relação nominal, qualificação e quantificação da equipe a ser discriminada no item 21.4.2., devem obedecer, minimamente os membros ocupantes das funções descritas no quadro abaixo:

ITEM	FUNÇÃO	QUANTIDADE	QUALIFICAÇÃO ACADÊMICA	EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL	ATRIBUIÇÕES
A	Gerente de Conta ou de atendimento, exclusivo para a conta	01 (UM)	Superior em Administração ou Publicidade ou Comunicação Social	Ter atuado como Gerente de Atendimento em empresas de comunicação e propaganda	Gestão estratégica e atendimento geral da conta.
B	Diretor de Criação	01 (UM)	Superior em Comunicação Social ou Publicidade ou Design	Ter atuado como Diretor de Criação em empresas de comunicação e propaganda	Coordenar a criação e desenvolvimento de campanhas e materiais de comunicação
C	Diretor de Arte	01 (UM)	Superior em Comunicação Social ou Publicidade ou Design	Ter atuado como Diretor de Arte em empresas de comunicação e propaganda.	Responsável pela criação do layout das campanhas e materiais de comunicação.
D	Gerente de Mídia	01 (UM)	Superior em Administração ou Publicidade ou Comunicação Social	Ter atuado como Gerente de Mídia em empresas de comunicação ou propaganda ou nos veículos de propaganda.	Planejar, desenvolver, orçar, negociar, coordenar e executar toda mídia a ser utilizada nas campanhas.
E	Designer Gráfico	02 (DOIS)	Superior completo em Propaganda e Marketing ou áreas correlacionadas ao Marketing ou Design ou Desenho Industrial	Atuação como arte finalista em empresas de comunicação ou propaganda.	Concepção, criação, design e layout de peças gráficas e digitais, anúncios e materiais de comunicação.

F	Coordenador de Produção Gráfica	01 (UM)	Ensino Médio e Curso Técnico especializado em Produção Gráfica	Ter atuado como Coordenador de Produção Gráfica em empresas de comunicação ou propaganda.	Supervisionar diretamente os trabalhos de artes gráficas, orientando em conformidade aos procedimentos técnicos, normas de qualidade, durante todo o processo de produção gráfica com respeito a custos, viabilidade de execução e revisão minuciosa da entrega.
G	Redator Publicitário	01 (UM)	Superior em Publicidade ou Comunicação Social ou Jornalismo	Ter atuado como Redator Publicitário em empresas de comunicação ou propaganda.	Concepção, criação e redação de textos publicitários, com técnicas de copywriting, que engajem e persuadam o público-alvo nas peças gráficas e digitais, anúncios e materiais das campanhas elaboradas, com atenção minuciosa para regras ortográficas e domínio gramatical.

- 22.1. A Comprovação de Experiência Profissional dos profissionais indicados no item 22 deverá estar demonstrada documentalmente e deve ocorrer através de: currículo detalhado ou cópias de declarações emitidas pelas empresas em que o profissional atuou ou registros na carteira de trabalho ou contrato de prestação de serviços ou termo de contratação futura, referente às atividades a serem executadas neste instrumento.
- 22.2. A Comprovação de Qualificação Acadêmica dos profissionais indicados no item 22 deverá estar demonstrada documentalmente e deve ocorrer através de: Diplomas ou certificados de nível superior, comprovando curso superior completo nas áreas exigidas neste instrumento ou declaração da faculdade para curso em andamento (este último apenas para o item 22. Subitem “e”) ou certificado de conclusão de ensino médio e de curso relacionado a área (sendo este para o item 22. Subitem “f”);
- 22.2.1. Não serão aceitos como comprovantes de formação superior cópias de pagamento de mensalidade, carteira escolar ou qualquer outro documento não listado nos itens anteriores.
- 22.2.2. Serão desconsiderados como integrantes da equipe técnica, os profissionais que não comprovarem a formação superior, exceto para os profissionais indicados nos subitens “e” e “f” da tabela de item 22.
- 22.3. A **CONTRATADA** deverá ainda discriminar as áreas que atuará cada profissional, caso a caso,

da quantidade e da qualidade dos profissionais que permanecerão disponíveis caso ela se consagre vencedora desta licitação.

- 22.4. A **CONTRATADA** deverá disponibilizar até dois profissionais na função de Designer Gráfico, como especificado no item 22, subitem “e”, para prestar serviços, sob demanda, de maneira remota ou nas instalações do **SEBRAE/AM**, quando solicitados pela UGCE, em períodos definidos. Estes deverão estar identificados com crachá da **CONTRATADA** e com todos os equipamentos e softwares necessários para a execução de demandas. A empresa deverá comprovar sua contratação, que poderá ser CNPJ ou CLT.

23. DO REPERTÓRIO

- 23.1. 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.
- I. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 23.1. poderá ser editada em papel A4 ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricadas em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
 - II. 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 3.
 - III. Não serão aceitas ou consideradas as peças realizadas em favor do SEBRAE.
 - IV. O Repertório será constituído de peças concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela licitante.
 - V. A licitante deverá apresentar 05 (cinco) peças, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.
 - VI. As peças devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 01/01/2020.
 - VII. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em HD, Armazenamento em nuvem, pen drive ou cartão de memória (SD e microSD), podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 23.1. ou ser apresentadas soltas.
 - VIII. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 23.1, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças.
 - IX. Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem I, 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 25.3.

- X. 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.

24. DOS RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

- 24.1. 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, orientação retrato, em folhas numeradas sequencialmente a partir da primeira página, rubricadas e assinadas na última pelo representante legal.
- a) Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 24.2. poderá ser editada em papel A3 dobrado.
 - b) 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 3.
 - c) Não serão aceitos ou considerados os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação realizadas pela agência em trabalho anterior desenvolvida a favor do SEBRAE.
- 24.2. 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.
- 24.2.1. Se a licitante apresentar Relatos em quantidade inferior à estabelecida no subitem 24.2., 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 aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima.
 - 24.2.2. Os Relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes, que não deverão ter nenhum vínculo profissional com a agência.
 - 24.2.3. 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.
 - 24.2.4. 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:
 - As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em meio digital (Google Drive ou similar e/ou HD Externo), armazenamento em nuvem, pen drive, cartão de memória (SD e microSD), podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 24.2. ou ser apresentadas soltas.

- As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 24.2., em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.

24.2.5. As propostas de que trata o subitem 24.2. devem ter sido implementadas a partir de 1º de janeiro de 2020.

25. JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

- 25.1. 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, que analisarão a PROPOSTA TÉCNICA das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e seus anexos.
- 25.2. A análise dos documentos constantes no envelope apócrifo dar-se-á em sessão reservada e será realizada pela Subcomissão Técnica.
- 25.3. 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
Plano de Comunicação Publicitária 48 (quarenta e oito pontos)	Raciocínio Básico	5 pontos
	Estratégia de Comunicação Publicitária	20 pontos
	Ideia Criativa	15 pontos
	Estratégia de Mídia e Não Mídia	08 pontos
TOTAL		48 pontos
Conjunto de Informações Técnicas 12 (doze pontos)	Capacidade de Atendimento	4 pontos
	Repertório	4 pontos
	Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	4 pontos
	TOTAL	
PONTUAÇÃO MÁXIMA DA PROPOSTA TÉCNICA		60 PONTOS

I. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - 48 (QUARENTA E OITO) PONTOS:

25.4. RACIOCÍNIO BÁSICO - A ACUIDADE DE COMPREENSÃO — 5 (CINCO) PONTOS

- a) Conhecimento da história e da natureza institucional do **SEBRAE/AM**, suas principais linhas de produtos e serviços, e suas características mais significativas para a comunicação publicitária: **1,0 (um) ponto**.
- b) Conhecimento sobre o papel do **SEBRAE/AM** no atual contexto social, político e econômico: **1,0 (um) ponto**.
- c) Conhecimento sobre a extensão, a qualidade e as formas do relacionamento do

SEBRAE/AM com seus públicos: **1,0 (um) ponto.**

- d) Acuidade de compreensão do problema específico de comunicação do **SEBRAE/AM** e sua correta análise e inserção no atual cenário da instituição e do setor das micro e pequenas empresas: **2,0 (dois) pontos.**

25.5. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – 20 (VINTE) PONTOS

- a) A adequação do partido temático proposto à natureza e à qualificação do **SEBRAE/AM** e o seu problema específico de comunicação: **4,0 (quatro) pontos.**
- b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa: **4,0 (quatro) pontos.**
- c) A riqueza de desdobramentos positivos para o **SEBRAE/AM**: **2,0 (dois) pontos.**
- d) A evidência de pensamento estratégico de comunicação e sua relação positiva com o partido apresentado e com a natureza da instituição: **4,0 (quatro) pontos.**
- e) A qualidade dos desdobramentos em ações de comunicação integrada digital: **2,0 (dois) pontos.**
- f) Cobertura dos públicos-alvo por meio da linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida: **4,0 (quatro) pontos.**

25.6. IDEIA CRIATIVA – 15 (QUINZE) PONTOS

- a) Sua adequação ao problema específico de comunicação do **SEBRAE/AM**: **2,0 (dois) pontos.**
- b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: **1,0 (um) ponto.**
- c) A cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações: **1,0 (um) ponto.**
- d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: **2,0 (dois) pontos.**
- e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: **1,0 (um) ponto.**
- f) Sua pertinência às atividades do **SEBRAE** e à sua inserção na sociedade: **2,0 (dois) pontos.**
- g) Os desdobramentos comunicativos que enseja: **1,0 (um) ponto.**
- h) A exequibilidade das peças: **2,0 (dois) pontos.**
- i) A compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos: **2,0 (dois) pontos.**
- j) A capacidade de síntese da estratégia de comunicação: **1,0 (um) ponto.**

25.7. ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA – 08 (OITO) PONTOS

- a) Conhecimento dos hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação: **1,0 (um) ponto.**

- b) Capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia: **2,0 (dois) pontos.**
- c) Criatividade e inovação nas soluções de mídia para atingir os objetivos de comunicação: **2,0 (dois) pontos.**
- d) Economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária simulado na proposta: **2,0 (dois) pontos.**
- e) Integração da estratégia de mídia com a estratégia de comunicação apresentada: **1,0(um) ponto.**

II. CONJUNTO DE INFORMAÇÕES TÉCNICAS - 12 (DOZE PONTOS):**25.8. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO – 4 (QUATRO) PONTOS**

- a) A quantidade e a qualificação dos profissionais a serem colocados à disposição do **SEBRAE/AM**, 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/AM**: **1,0 (um) ponto.**
- b) As informações de marketing e comunicação a serem colocadas regularmente à disposição do **SEBRAE/AM**, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato: **1,0 (um) ponto.**
- c) A operacionalidade do relacionamento entre o **SEBRAE/AM** e a licitante, esquematizado na proposta: **1,0 (um) ponto.**
- d) A segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na proposta: **1,0 (um) ponto.**

25.9. REPERTÓRIO – 4 (QUATRO) PONTOS

- a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver: **2,0 (dois) pontos;**
- b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material: **1,0 (um) ponto;**
- c) A clareza da exposição das informações prestadas: **1,0 (um) ponto;**

25.10. RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO – 4 (QUATRO) PONTOS

- a) Avaliação da capacidade de detectar e delimitar problemas de comunicação: **1,0 (um) ponto;**
- b) A capacidade de equacionar e planejar uma solução efetiva de comunicação: **1,0 (um) ponto;**
- c) A evidência de perfeita concatenação entre causa e efeito: **1,0 (um) ponto;**
- d) A capacidade de medir adequadamente os resultados: **1,0 (um) ponto.**

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

- a) A Subcomissão Técnica receberá para a avaliação, inicialmente, o Plano de Comunicação – Via Não Identificada e após a análise de todos os membros, encaminhará o relatório de julgamento para a Comissão Permanente de Licitação.
- b) Somente após o recebimento do relatório de julgamento referente aos Planos de Comunicação é que a Comissão Permanente de Licitação encaminhará Proposta Técnica (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) para a Subcomissão Técnica avaliá-los.
- c) Aos quesitos e subquesitos serão atribuídos, no máximo, os pontos estabelecidos nos subitens anteriores, calculados com até 2 (duas) casas decimais, sem arredondamento.
- d) A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos obtidos de cada membro da Subcomissão Técnica.
- e) A nota de cada Proposta Técnica (Plano de Comunicação Publicitária + Conjunto de Informações Técnicas) corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos pelos quesitos.

25.12. 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 25.4, 25.5, 25.6, 25.7, 25.8, 25.9, 25.10.

25.13. 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 25.5, 25.6 e 25.8.

25.14. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público marcado pela Comissão Permanente de Licitação, cuja data será divulgada na forma a ser estabelecida em Edital e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

25.15. 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.

26. DA APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

26.1. 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 usocorrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.
- b) datada e assinada no documento referido no subitem 26.1., 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**.
- d) em casos excepcionais, expirado o prazo original de validade da proposta, o **SEBRAE/AM** poderá solicitar aos 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.
- 26.2. A licitante deverá apresentar Proposta de Preços, a ser elaborada apenas com as informações constantes do Anexo II.
- 26.3. 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.
- 26.4. A Proposta de Preços da licitante classificada no julgamento das Propostas Técnicas será analisada quanto ao atendimento das condições estabelecidas em Edital e em seus anexos.
- 26.5. Os quesitos a serem valorados são os integrantes do modelo de Proposta de Preços (Anexo II).
- 26.6. 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:

DESCONTOS, HONORÁRIOS E REPASSES (QUESITOS AVALIADOS)	CÁLCULO DA PONTUAÇÃO	PONTUAÇÃO
a) Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela referencial de preços da FENAPRO - Federação Nacional das Agências de Propaganda.	Desconto igual a 0%: $N = 0,0$ Desconto superior a 0%: $N = 0,3 \times \text{Desconto concedido pela licitante}$	27 Pontos
b) Percentual de honorários, incidente sobre custos dos serviços e suprimentos externos orçados junto a fornecedores especializados, selecionados pela Agência ou indicados pelo SEBRAE/AM, quando geram veiculação (entre 5% e 15%).	Honorários iguais ou superiores a 15%: $N = 0,0$ Honorários inferiores a 15%: $N = 0,7 \times (15\% - \text{Honorários cobrados})$	7 Pontos
c) Percentual de honorários, incidente sobre custos dos serviços e suprimentos externos orçados junto a fornecedores especializados, selecionados pela Agência ou indicados pelo SEBRAE/AM, quando não geram veiculação (entre 5% e 15%).	Honorários iguais ou superiores a 15%: $N = 0,0$ Honorários inferiores a 15%: $N = 0,6 \times (15\% - \text{Honorários cobrados})$	6 Pontos
PONTUAÇÃO MÁXIMA DA PROPOSTA DE PREÇOS		40 (quarenta) PONTOS

- 26.7. Com relação aos itens “a”, “b” e “c” da tabela de pontuação da Proposta de Preço, a agência

participante do certame deverá apresentar em sua proposta informações que evidenciem:

- I. **Quesito “a”:** Se a agência licitante pretende conceder descontos ao **SEBRAE/AM** sobre os seus custos internos, com base na tabela de preços da FENAPRO - Federação Nacional das Agências de Propaganda, entre 0 e 90%, qual será o percentual de desconto a ser concedido ao Anunciante?
 - II. **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 15%, quanto a agência pretende cobrar do SEBRAE/AM?**
 - III. **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%, quanto a agência pretende cobrar do SEBRAE/AM?**
- 26.8. 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 porcentagens que constarem na Proposta de Preço, sem o símbolo “%”.
- 26.9. A pontuação de cada Proposta de Preço será definida pela soma das notas atribuídas a cada um dos campos relacionados na tabela descrita no item 19.6, podendo totalizar até 40 (quarenta) pontos.
- 26.10. As notas serão calculadas com, no máximo, até 2 (duas) casas decimais, sem arredondamento.
- 26.11. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.
- 26.12. Serão desclassificadas as Licitantes que não atenderem às exigências do ato convocatório.

27. DA FORMA DE JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

- 27.1. 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).
- 27.2. A prestação de serviços será adjudicada à licitante que obtiver a maior pontuação no Índice Geral, salvo eliminação posterior na fase de habilitação, calculada pela seguinte fórmula:

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

- 27.3. 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:
- 27.3.1. Ideia Criativa;
 - 27.3.2. Estratégia de Comunicação Publicitária;
 - 27.3.3. Estratégia de Mídia;
 - 27.3.4. Raciocínio Básico.
- 27.4. Não será considerado como critério de classificação e nem de desempate das propostas qualquer oferta de vantagem não prevista no edital.
- 27.5. 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.
- 27.6. 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.
- I. 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.
 - II. 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.

28. FISCALIZAÇÃO E GESTÃO

Fiscal do contrato: Danielle de Sousa Duarte.

Gestor do contrato: Karen Priscila Monteiro Lima

ANEXO I – BRIEFING

Este *briefing* constitui-se em uma peça informativa de suporte para elaboração da Proposta Técnica a ser apresentada pelas empresas interessadas na presente Concorrência Pública. As campanhas simuladas serão desenvolvidas para efeitos exclusivos de julgamento da presente licitação, não gerando, para o **SEBRAE/AM**, obrigação de executá-las no futuro.

1. Histórico – O SEBRAE

- 1.1. 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.
- 1.2. As ações de apoio aos pequenos empreendimentos iniciaram no Amazonas 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.
- 1.3. O Núcleo foi sucedido pelo Centro de Apoio à Pequena e Média Empresa do Estado do Amazonas, 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.
- 1.4. 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.
- 1.5. O atual Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, SEBRAE, foi implantado no Amazonas 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 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.

MAPA ESTRATÉGICO - SEBRAE/AM

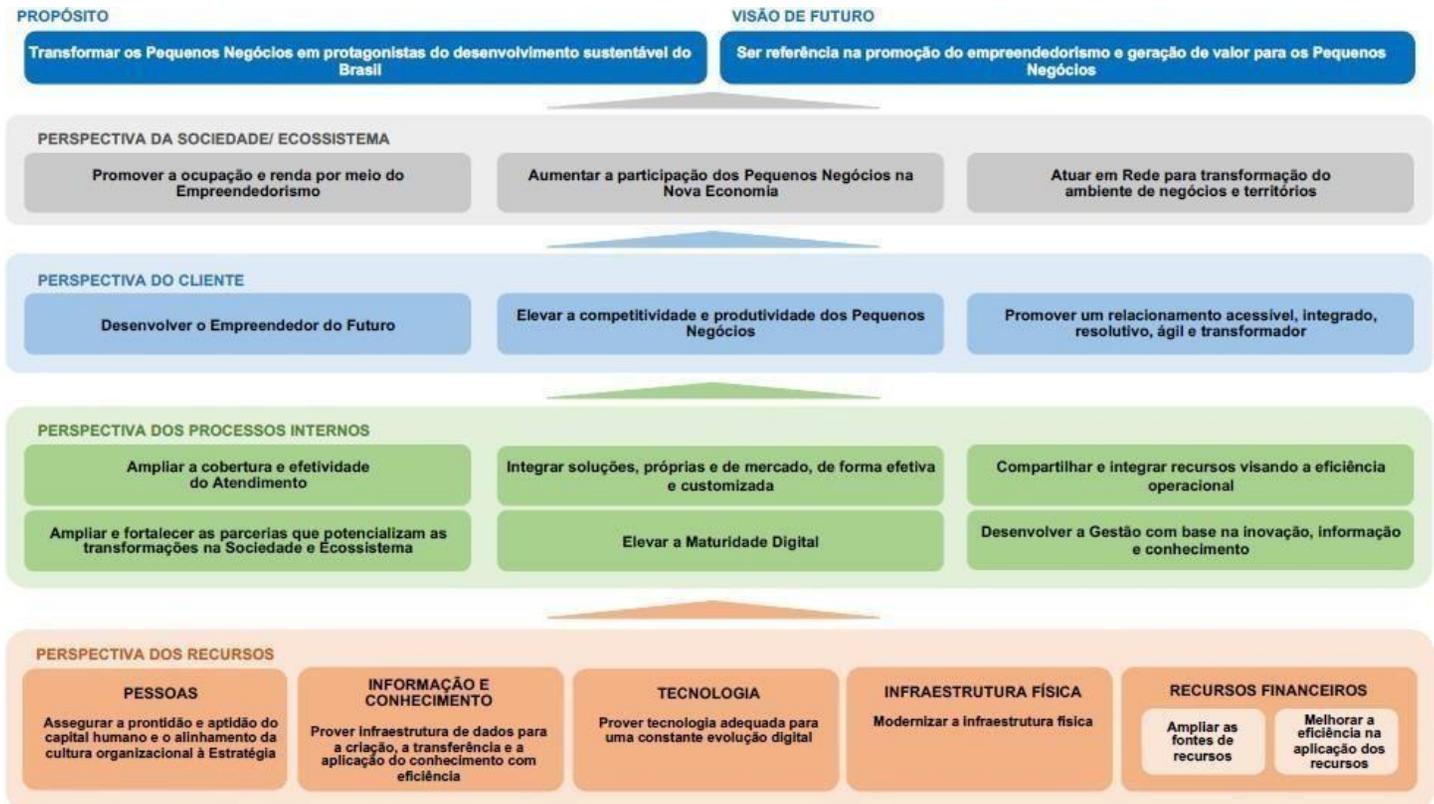


Figura 3: Mapa Estratégico – Sebrae 2023.

2. Propósito, missão, visão, valores e Política da Qualidade do SEBRAE no Amazonas

I. Propósito

Promover a realização do sonho de empreender.

II. Missão

Promover o empreendedorismo sustentável por meio do conhecimento e da inovação, considerando a diversidade e as riquezas do Amazonas.

III. Visão

Ser uma organização eficaz, inovadora e ágil no desenvolvimento dos pequenos negócios.

IV. Valores

Ética, Sustentabilidade, Unicidade e Unidade e Cultura de inovação.

V. Política da Qualidade

Estimular o surgimento e promover o desenvolvimento de empreendedores, micro e pequenas empresas e grupos organizados, possibilitando-lhes a permanência no mercado e auto sustentabilidade econômica e ambiental, buscando a melhoria contínua de processos e serviços oferecidos.

3. Objetivos estratégicos.

- a) Ampliar a participação do SEBRAE/AM no atendimento aos pequenos negócios;
- b) Apoiar a geração de resultado para os pequenos negócios;
- c) Promover a educação e a cultura empreendedora;
- d) Intensificar a interiorização com a atuação efetiva do SEBRAE nos municípios;
- e) Ser ágil e eficiente no atendimento ao cliente;
- f) Promover a inovação nos pequenos negócios;
- g) Ampliar a captação de receita própria;
- h) Estar entre as melhores empresas para se trabalhar;
- i) Ser efetivo na aplicação dos recursos.

4. Atuação do SEBRAE

- 4.1. 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.
- 4.2. 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 à tecnologia e inovação e orientação para o acesso aos serviços financeiros.
- 4.3. 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 estão 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.
- 4.4. 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.

- 4.5. 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.
- 4.6. 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.
- 4.7. 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.
- 4.8. 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.

5. SEBRAE no Amazonas

- 5.1. O SEBRAE no Amazonas 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.
- 5.2. 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 acessar novos mercados. Para cumprir sua missão, atua por meio de uma sede, localizada em Manaus.
- 5.3. Entre os projetos desenvolvidos destacam-se aqueles voltados para a 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.
- 5.4. 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.
- 5.5. São atendidos diversos setores, como têxtil e confecção, madeira e móveis, alimentos e bebidas industrializados, construção civil, gemas e joias, indústrias gráficas, metal-mecânico, olaria e cerâmica, pedras e rochas ornamentais e tecnologia da informação.
- 5.6. 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.
- 5.7. 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.
- 5.8. 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.

- 5.9. 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.
- 5.10. O SEBRAE tem também ações focadas no desenvolvimento empresarial de norte a sul do Amazonas, desenvolvendo ainda atividades relacionadas à implementação da Lei Geral; formalização através do Microempreendedor Individual – MEI; e educação empreendedora.

6. A importância do SEBRAE

- 6.1. 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.
- 6.2. 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.
- 6.3. 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 Amazonas. Para que isso ocorra, precisa estar atenta às ações e projetos previstos em seu planejamento plurianual.
- 6.4. 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.
- 6.5. Importante destacar que, no Brasil, as micro e pequenas empresas representam 99% dos estabelecimentos com cerca de 80% dos empregos gerados em 2022, respondem por 30% do PIB e por 44% da massa salarial. Todavia, quase 30% ainda fecham as portas antes de completar o primeiro ano de funcionamento.
- 6.6. 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.

7. Endereços SEBRAE/AM

Unidade	CEP	Endereço	Número	Bairro	Cidade	UF
SEDE	69010-170	Av. Leonardo Malcher	924	Centro	Manaus	AM
Aleixo	69067-390	Av. Paulo VI	447-499	Petrópolis/Al eixo	Manaus	AM
Shopping São José	69085-015	Av. Cosme Ferreira	4605	São José	Manaus	AM

Balcão de Atendimento de Agronegócio	69005-010	R. Barão de São Domingos	125	Centro	Manaus	AM
Ponto de Atendimento	69740-000	R. João Walter de Andrade	S/N	Centro	Santa Isabel do Rio Negro	AM
Escritório Regional(ERCO)	69460-000	Estrada Coari Mamiá	150	Tauá Mirim	Coari	AM
Escritório Regional(ERHU)	69800-000	R. Padre Maria Pena	2684	Esquina Transamazônica	Humaitá	AM
Escritório Regional(ERIT)	69100-000	R. Acácio Leite	3726	Santo Antônio	Itacoatiara	AM
Escritório Regional(ERMA)	69400-970	Av. Boulevard Pedro Rates de Oliveira	380	Centro	Manacapuru	AM
Escritório Regional(ERPA)	69151-512	R. João Meireles	371	Francesa	Parintins	AM
Escritório Regional(ERTA)	69640-000	Av. da Amizade	2017	Centro	Tabatinga	AM
Escritório Regional(ERTE)	69550-081	R. Floriano Peixoto	266	Centro	Tefé	AM

Outros meios de acesso ao SEBRAE/AM:

- 7.1. Central de Relacionamento: 0800 570 0800
- 7.2. Portal: sebrae.com.br/amazonas
- 7.3. Facebook: Sebrae Amazonas
- 7.4. Instagram: @sebraeam
- 7.5. Youtube: @SebraeAmazonasOnline
- 7.6. WhatsApp: 0800 570 0800

8. Problema a ser solucionado

- 8.1. No âmbito do fortalecimento do empreendedorismo e da sustentabilidade das micro e pequenas empresas, o Sebrae Amazonas enfrenta um desafio crítico: reduzir a inadimplência dos Microempreendedores Individuais (MEIs) junto à Receita Federal. A inadimplência afeta não apenas o fluxo de caixa dos empreendedores, mas também sua capacidade de acessar benefícios e serviços essenciais, comprometendo a sobrevivência e o crescimento dos negócios.
- 8.2. No contexto amazonense, dados da Receita Federal em abril de 2024 revelam que no universo de 159.978 MEIs, 63,2% estão inadimplentes atualmente no estado, implicando em um aumento de 2,4% em comparação com o ano anterior. Em 2023, o número chegou a 60,80% com destaques de maior incidência em Manaquiri (81,58%), Borba (81,18%) e Barreirinha (80,21%).
- 8.3. A inadimplência ocorre quando o MEI deixa de cumprir com suas obrigações fiscais, como o pagamento do DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional). Essa situação pode gerar consequências incluindo multas, juros e a inscrição na dívida ativa. Além disso, a continuidade da inadimplência pode levar à inaptidão do CNPJ, ou seja, a empresa fica suspensa e como consequência, o empreendedor fica impedido de emitir notas fiscais, obter financiamentos,

participar de licitações públicas e acessar os benefícios previdenciários. No Amazonas, cerca de 52.354 MEIs estão inaptos, deste número, Manaus (39.141), Parintins (1.108) e Humaitá (785) figuram nas maiores taxas de inaptidão.

- 8.4. Para combater o cenário, o Sebrae Amazonas pretende lançar uma campanha publicitária focada em sensibilizar e conscientizar os MEIs sobre a importância de manter suas obrigações fiscais em dia. A campanha deve destacar os benefícios de estar em conformidade com as obrigações legais, assim como os riscos que os empreendedores podem estar correndo nesta esfera.
- 8.5. O objetivo central é claro: reduzir significativamente o número de MEIs inadimplentes e, ao mesmo tempo, gerar o crescimento no número de atendimentos nas unidades do Sebrae Amazonas, tendo em vista a regularização do público-alvo. A campanha deverá ser amplamente divulgada por meio de canais online e offline, como mídias sociais, e-mail marketing, anúncios em veículos locais, parcerias com influenciadores, e ações em parceria com órgãos públicos e privados que atuam no suporte ao empreendedorismo.
- 8.6. A expectativa é que a campanha crie um senso de urgência e impacto entre os MEI's, motivando-os a regularizar sua situação fiscal. A comunicação deve ser clara, objetiva e baseada em 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/AM. Também devem ser evitados excessos de exaltação como forma de argumentação, para não comprometer a credibilidade da instituição.
- 8.7. A campanha publicitária deverá ser veiculada com alcance em todo o estado do Amazonas, sendo que as veiculações devem, necessariamente, ser propostas para o mês de janeiro de 2025, a partir do tema e problema apresentados no presente briefing.
- 8.8. Destaca-se que para a elaboração da campanha publicitária, considerando produção, veiculação, exposição e/ou distribuição, a licitante contará com uma verba hipotética de R\$ 180.000,00 (cento e oitenta mil reais). Deverá ser considerado o valor bruto da tabela dos veículos, vigente em 2024, 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 Fenapro Nacional, (sem os reais descontos que possam fazer alusão à proposta de preço).
- 8.9. As peças da campanha deverão, necessariamente, ser assinadas com a logomarca do SEBRAE, seu endereço eletrônico (www.sebrae.com.br/amazonas) 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 Amazonas.

Observação 1: O presente briefing é meramente ilustrativo, servindo apenas de parâmetro para o julgamento das Propostas Técnicas das Licitantes. O SEBRAE/AM não está obrigado a implementar campanhas publicitárias ou realizar despesas decorrentes dos mesmos.

***Guideline para aplicação da Marca SEBRAE:**

<https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/AM/Anexos/ANEXO%20VII%20-%20Manual%20de%20Identidade%20da%20Marca%20Sebrae.pdf>



CONCORRÊNCIA

CO – (001/25)

ANEXO III - MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS SUJEITOS À VALORAÇÃO

PROPOSTA 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/AM SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO AMAZONAS, a prestação do objeto da **Concorrência n. 003/2024**, conforme as amostras fornecidas, nas seguintes condições:

- Desconto sobre os custos internos, baseado na tabela referencial de preços da FENAPRO - Federação Nacional das Agências de Propaganda de: _____% (_____por cento*);
- Percentual de honorários, incidente sobre custos dos serviços e suprimentos externos orçados junto a fornecedores especializados, selecionados pela Agência ou indicados pelo **SEBRAE/AM**, quando geram veiculação: _____% (_____por cento*);
- Percentual de honorários, incidente sobre custos dos serviços e suprimentos externos orçados junto a fornecedores especializados, selecionados pela Agência ou indicados pelo **SEBRAE/AM**, quando não geram veiculação: _____% (_____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/AM as vantagens obtidas.

DECLARAMOS conhecer e concordar com os termos do Edital da Concorrência SEBRAE/AM nº. 003/2024 e seus anexos.

_____, _____ de _____ de 2024.

Assinatura do Representante Legal da Empresa Licitante e

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

DADOS PARA ASSINATURA DO CONTRATO:

Representante legal:	Testemunha da CONTRATADA:
Nome:	Nome:
RG e CPF:	RG e CPF:
E-mail:	E-mail:



CONCORRÊNCIA

CO – (001/25)

ANEXO IV
DECLARAÇÃO DE PORTE DA EMPRESA
Obrigatória apresentação para empresas de micro e pequeno portes

EMPRESA: _____

CNPJ: _____

REPRESENTANTE LEGAL: _____

RG: _____ CPF: _____

Favor informar o porte de sua empresa:

- () MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL – Faturamento bruto anual de até R\$ 81.000,00 e não atendimento às vedações previstas no § 4º do art. 3º da Lei Complementar 123/06
- () MICROEMPRESA – Faturamento bruto anual de até R\$ 360.000,00 e não atendimento às vedações previstas no § 4º do art. 3º da Lei Complementar 123/06.
- () PEQUENA EMPRESA – Faturamento bruto anual de até 3.600.000,00 e não atendimento às vedações previstas no § 4º do art. 3º da Lei Complementar 123/06.
- () MÉDIA E GRANDE EMPRESA – Faturamento bruto anual acima de R\$ 3.600.000,00 e/ou atendimento às vedações constantes no § 4º do art. 3º da Lei Complementar 123/06.

Declaro que os presentes dados são verdadeiros e visam facilitar os tramites processuais da licitação, no sentido de antecipar informações a respeito do porte da empresa. Asseguro, quando solicitado pela contratante, a comprovação dos dados aqui inseridos, sob pena da aplicação das sanções previstas no Código Penal brasileiro.

Por ser a presente declaração a manifestação fiel de minha livre vontade, firmo este documento, para os fins de direito.

Manaus, _____ de _____ de _____

Assinatura do responsável



CONCORRÊNCIA

CO – (001/25)

ANEXO V MODELO DE DECLARAÇÃO DE DOCUMENTOS FIEIS E VERDADEIROS

A Empresainscrita no CNPJ sob nº....., por intermédio de seu representante legal o(a) Sr.(a)....., portador (a) da Carteira de Identidade nº....., **DECLARA** que para os devidos fins da Concorrência n.º/2025 – CPL/SEBRAE/AM, sob as penas da Lei, que os documentos apresentados no presente procedimento licitatório, são **Fiéis e Verdadeiros**.

.....de.....de 20.....

EMPRESA
REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA



CONCORRÊNCIA

CO – (001/25)

ANEXO VI MODELO DE DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATO IMPEDITIVO DA HABILITAÇÃO

A Empresa, inscrita no CNPJ sob nº....., por intermédio de seu representante legal o(a) Sr.(a)....., portador (a) da Carteira de Identidade nº....., **DECLARA** que para os devidos fins junto a Comissão de Licitação do SEBRAE/AM, referente à Concorrência n.º/2025 – **CPL/SEBRAE/AM**, sob as penas da Lei, que até a presente data inexistem fatos impeditivos para sua habilitação no presente procedimento licitatório, ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

.....de.....de 20.....

EMPRESA
REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA



ANEXO VII
MODELO DE DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE IMPEDIMENTOS “VÍNCULOS COM O SISTEMA SEBRAE”

A Empresa, inscrita no CNPJ sob nº....., por intermédio de seu representante legal o(a) Sr.(a)....., portador (a) da Carteira de Identidade nº....., **DECLARA** sob as penalidades da lei, que inexistente participação de empregado ou dirigente de quaisquer das entidades operacionalmente vinculadas ao Sistema SEBRAE, bem como de ex-empregado ou ex-dirigente de quaisquer das entidades ao mesmo operacionalmente vinculadas, estes até 180 (cento e oitenta) dias da data da respectiva demissão, seja em sua composição societária, seja como seu prestador de serviço, formalizado ou não.

.....de.....de 20.....

EMPRESA
REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA

**ANEXO VIII
MODELO DE DECLARAÇÃO DE COMPROMISSO E RESPONSABILIDADE AMBIENTAL, SOCIAL E
ECONÔMICA**

A empresa, inscrita no CNPJ sob o nº....., por intermédio de seu representante legal, o(a) Sr.(a), portador(a) da Carteira de Identidade nº e do CPF nº, DECLARA se comprometer com a responsabilidade e sustentabilidade ambiental, social e econômica, bem como com a adesão às normas que vierem a ser estabelecidas, de acordo com a legislação vigente e os critérios estabelecidos pela Instrução Normativa nº 01/10, de 19 de janeiro de 2010, da Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação do Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão.

Registre aqui as principais práticas sustentáveis que a empresa adota, SE HOUVER.

Prática 1 –

Prática 2 –

OBS: Conforme itens XX. e XX do edital, a não apresentação desta declaração inabilita o fornecedor.

..... de de 202....

EMPRESA
REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA

**ANEXO IX
MINUTA DE CONTRATO**

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS N. XXX/2024 – UGCE, QUE ENTRE SI CELEBRAM, DE UM LADO, O SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO AMAZONAS – SEBRAE/AM E, DO OUTRO LADO A EMPRESA XXXXXXXX.

O **SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO AMAZONAS – SEBRAE/AM**, entidade associativa de direito privado, sem fins lucrativos, instituída sob a forma de Serviço Social Autônomo, com sede nesta cidade na rua Leonardo Malcher, n. 924, Bairro Centro, inscrito no CNPJ/MF sob n. 04.322.004/0001-47, representado neste ato por sua Diretora Superintendente, **XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX**, brasileira, advogada, residente e domiciliada nesta cidade, portadora da C.I. n. xxxxxxx – SSP/AM e do CPF n. xxxxxxxxxx e por seu Diretor Administrativo e Financeiro, **XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX**, brasileiro, casado, economista, portador da C.I. n.º XXXXX– SSP/AM e do CPF n.º xxxxxxxx doravante denominado simplesmente **CONTRATANTE**, e, do outro lado a empresa **xxxxxxx**, sediada na xxxxxx, n.º. xx, Bairro xxxxx, Cidade/UF, CEP xxxxxx, inscrita no CNPJ/MF sob o n.º xxxxxxxx, neste ato representada por seu sócio, Sr. **XXXXXXXX**, nacionalidade, estado civil, RG n.º xxxxxxxx e do CPF n.º xxxxxx, residente e domiciliado na Cidade xxx, adiante denominada simplesmente **CONTRATADA**, tendo em vista o resultado do certame licitatório na modalidade concorrência que recebeu a numeração **XX/2024**, resolvem firmar o presente contrato de prestação de serviços, mediante as cláusulas e condições que seguem::

CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO

Contratação, sob demanda, de serviços de publicidade, propaganda e comunicação incluindo prestação de serviços de estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, e distribuição de comunicação publicitária a fornecedores, veículos, e demais meios de divulgação, com o objetivo de estudar e posicionar a marca SEBRAE junto a seus públicos e promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideais ou informar o público em geral, bem como o controle das inserções publicitárias (mídias contratadas) nos veículos de comunicação, a serem prestados por agência de propaganda, cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4680, de 18 de junho de 1965 e pela Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, conforme Termo de Referência (anexo I) que passa a integrar este instrumento independente de transcrição.

PARÁGRAFO PRIMEIRO – A atividade descrita no *caput* desta cláusula deverá estar em conformidade com os termos da Proposta apresentada pela CONTRATADA que passa a integrar este instrumento, independente de transcrição.

PARÁGRAFO SEGUNDO – DESCRIÇÃO DETALHADA DO OBJETO

2.1. Prestação de serviços de publicidade e propaganda, sob demanda, em todos os meios de comunicação, e de apoio às atividades de Comunicação e Marketing para o SEBRAE/AM, incluindo, outros serviços, conforme a necessidade, como produção e acompanhamento de peças gráficas e eletrônicas e demais serviços de publicidade e propaganda, comunicação e marketing, a serem prestados por 01 (uma) agência de Publicidade e Propaganda.

- 2.2. O valor global destinado para gastos com os serviços objeto do presente instrumento é de até R\$ 4.600.000,00 (quatro milhões e seiscentos mil reais) para um período de 12 (doze) meses.
- 2.3. O valor previsto no subitem anterior poderá ser revisto, nos casos de alteração na política econômica e/ou de revisão no orçamento do SEBRAE/AM, a critério exclusivo deste.
- 2.4. A estimativa de até R\$ 4.600.000,00 (quatro milhões e seiscentos mil reais) **anual** constitui mera previsão dimensionada, uma vez que a prestação de serviços constitui-se por demanda, não estando o SEBRAE/AM obrigado a realizar o valor em sua totalidade, não cabendo à contratada o direito de pleitear qualquer tipo de reparação.
- 2.5. Compreendem os serviços de publicidade e propaganda 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 e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.
- 2.6. Também integram o objeto desta concorrência, a solicitação sob demanda, de atividades complementares, os serviços especializados pertinentes.
 1. 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.
 2. Planejamento estratégico de publicidade e propaganda.
 3. A produção e a execução técnica das peças e projetos publicitários criados.
 4. 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 e comerciais.
 5. A CONTRATADA deve atuar de acordo com a solicitação do SEBRAE/AM, através da Unidade de Gestão Comercial e Eventos (UGCE), que emitirá a ordem de serviço, conforme necessidade do SEBRAE/AM.
 6. O produto final decorrente da execução do objeto desta licitação será propriedade do SEBRAE/AM, sendo, portanto, proibida a sua divulgação por qualquer meio ou sua reprodução total ou parcial sem expressa autorização, ficando o contratado sujeito às penalidades aplicáveis.
 7. Instituição e manutenção de acervo da propaganda do SEBRAE/AM, em meio digital (Google Drive ou similar e/ou HD Externo), com as peças produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.
 8. Criação e manutenção de banco de imagens, com as fotos e imagens, inclusive, as que possuam traços regionais, produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.
 9. Planejamento, produção, seleção, curadoria, tratamento e/ou retoque de fotos e imagens, publicitárias para todas as finalidades de comunicação institucional, comercial e mercadológica do SEBRAE/AM.
 10. A CONTRATADA entregará ao SEBRAE/AM todos os materiais e produtos adquiridos em decorrência do presente objeto, com as licenças correspondentes devidamente certificadas com os documentos pertinentes e obrigatórios, cedendo ainda os direitos autorais, marcas e patentes a eles vinculados, de forma que o SEBRAE/AM possa deles usar e dispor para todos os seus fins na forma do contrato e na proposta da CONTRATADA, independentemente de qualquer remuneração especial ou adicional àquela ajustada neste instrumento.

PARAGRAFO TERCEIRO – DEFINIÇÕES

Definição das características e especificações do objeto contratual e escopo operacional dos trabalhos, sob demanda:

1. A CONTRATADA deve estar capacitada a prestar os seguintes serviços, além de outros que constituam seu desdobramento natural ou que lhes sejam complementares, agindo por conta e ordem do SEBRAE/AM:
2. Estudo do conceito, ideia, produto, marca ou serviço a difundir, incluindo a identificação e análise de suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas aos seus públicos e, quando for o caso, ao seu mercado e a sua concorrência.
3. Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado onde o conceito, ideia, marca, produto ou serviço encontre maior possibilidade de penetração.
4. Identificação e análise das ideias, marcas, produtos ou serviços concorrentes diretos ou indiretos.
5. Elaboração do plano publicitário, incluindo a concepção das mensagens, marcas e peças publicitárias de mídia e não mídia (criação), bem como envio dos arquivos finais aos fornecedores/veículos, o estudo dos meios e veículos que, segundo técnicas adequadas, assegurem a melhor cobertura dos públicos e/ou dos mercados objetivados (planejamento de mídia), orçamento e realização das peças publicitárias (produção).
6. Execução do plano publicitário, incluindo orçamento, criação de mídia, acompanhamento da entrega final e instalação das peças publicitárias por empresa terceirizada (Produção) e controle da publicidade nos veículos contratados (Execução de Mídia).
7. 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.
8. O controle das inserções publicitárias (mídias contratadas) deverá ser feito através de relatório mensal com comprovação das veiculações nos veículos descritos no plano de mídia.
9. Elaboração de Relatórios de Campanha e Projetos, em formato de apresentação, contendo objetivos, defesa, ações desenvolvidas, mídias utilizadas, peças criadas e produzidas, orçamentos indicadores ou índices de resultados que permitam monitorar a efetividade das campanhas veiculadas.
10. Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões de serviço entre o SEBRAE/AM e contratada, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos existentes e para que ambas as partes tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.
11. Participar de reuniões de Briefing para alinhamento das informações, tantas quantas forem necessárias, em local designado pelo SEBRAE/AM ou realizadas remotamente (online), sendo de responsabilidade do fornecedor documentar o conteúdo discutido.
12. Revisão de texto, gramatical e ortográfica, incluindo tradução para diferentes idiomas, conforme solicitação.
13. Planejamento, criação e implantação de campanhas de comunicação do SEBRAE/AM, visando o posicionamento da marca, lançamento e divulgação de produtos e serviços.
14. Execução de serviços de editoração impressas e/ou digitais, tais como: Relatórios de Gestão, Relatórios Institucionais (mensais e anuais), Livros, Revistas, Jornais, Folders, Catálogos, Informativos, Infográficos, Book de Patrocínio, entre outros.
15. Criação, produção e finalização de ilustração para fins editoriais.
16. Criação e produção de manuais de identidade visual.
17. Aquisição de fotos de bancos de imagem, inclusive que possuam traços e identificações regionais.
18. Planejamento, produção, seleção, curadoria e tratamento de fotos publicitárias para todas as finalidades de comunicação institucional, comercial e mercadológica do SEBRAE/AM.
19. Contratação de personalidades, atores, modelos, músicos, influenciadores e outros personagens e artistas para ações de comunicação, assim como, profissionais que promovem o embelezamento destes personagens, quando necessário.

20. Apoio no redirecionamento de domínio para websites e landing pages.
21. Desdobramentos de projetos Key Visual (KVs) indicados pela Unidade de Gestão Comercial e Eventos (UGCE).
22. Apoio na criação, produção e veiculação de conteúdo para fins educacionais, institucionais, comerciais ou mercadológicos do SEBRAE/AM.
23. Tratamentos de imagens ou retoques em artes devem ser realizados sem cobrança extra, não podendo ser terceirizados.
24. A CONTRATADA atuará por ordem e conta do SEBRAE/AM, em conformidade com a legislação vigente, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.
25. Dedicar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações junto a terceiros e transferir, integralmente, ao SEBRAE/AM descontos especiais, bonificações, reaplicações, prazos especiais de pagamento e outras vantagens.
26. Orientar e supervisionar a produção e a impressão dos materiais e peças gráficas aprovadas pelo SEBRAE/AM.
27. Entregar ao SEBRAE/AM, até o dia 10 do mês subsequente, um relatório dos serviços concluídos, juntamente com os valores das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior.
28. Assessorar e apoiar na contratação e desenvolvimento de pesquisas de hábitos de consumo de mídia, percepção da imagem de marca e outras que se fizerem necessárias à execução da estratégia de divulgação aprovada.
29. Providenciar, sempre que necessário, o registro de marcas, expressões de propaganda, logotipos e de outros elementos visuais ou audiovisuais.
30. A contratada poderá, sob demanda, ser responsável pelo projeto de comunicação visual e sinalização de eventos, feiras e etc.
31. Assessorar na elaboração e desenvolvimento das ações específicas de endomarketing.
32. Assessorar e apoiar a execução de ações de promoções e patrocínios.
33. Assessoramento 360°, ou seja, além, da criação e veiculação das campanhas, deve-se contar com a criação de ações de comunicação visual para peças destinadas aos pontos de atendimento, tanto quanto a criação de ações promocionais como, por exemplo, participações em feiras e congressos, blitz promocional para abordagem de público, experiência com o produto, entre outros formatos que deem sustentação, além dos diversos recursos e ferramentas de comunicação virtual que podem facilitar o contato do SEBRAE/AM com o público-alvo.

PARAGRAFO TERCEIRO – CONDIÇÕES PARA O FORNECIMENTO DE BENS OU SERVIÇOS ESPECIALIZADOS AO SEBRAE/AM:

1. Fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores.
2. Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.
3. Exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e o detalhamento de suas especificações.
4. O SEBRAE/AM 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 a contratada executar obrigatoriamente mediante o fornecedor que oferecer o menor preço. O que não exclui o procedimento padrão da Agência relacionado ao acompanhamento e orientações pertinentes para a execução do serviço, ficando responsável pela entrega com qualidade.

5. O SEBRAE/AM reserva-se ao direito de contratar os serviços objetos 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 de 1965, que deverão ser contratados sempre pelas empresas contratadas.
6. A cotação deverá ser apresentada em formato digital por e-mail, com identificação do fornecedor.
7. Todas as contratações de serviços de produção através da CONTRATADA, sejam com ou sem os serviços de supervisão, deverão obrigatoriamente ser autorizadas pela Unidade de Gestão Comercial e Eventos do SEBRAE/AM.
8. A CONTRATADA deverá entregar os orçamentos solicitados no prazo de até 2 (dois) dias úteis, formalizados por e-mail à Unidade de Gestão Comercial e Eventos (UGCE) do SEBRAE/AM.
9. Se não houver possibilidade de obter 3 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão da SEBRAE/AM.

CLÁUSULA SEGUNDA – DO FUNDAMENTO LEGAL

Esta contratação decorre do **Processo nº 96680/2024** e **Concorrência nº 003/2024**, devidamente homologada em XX/XX/2024, que integram o presente contrato, independente de transcrição.

CLÁUSULA TERCEIRA – DO VALOR ESTIMADO E DA FORMA DE REMUNERAÇÃO DA CONTRATADA

O valor estimado das despesas para execução deste contrato é de até R\$ 4.600.000,00 (quatro milhões e seiscentos mil reais) anual.

PARAGRAFO PRIMEIRO – FORMA DE REMUNERAÇÃO/PRAZOS DE PAGAMENTOS/ENTREGAS DE NOTAS FISCAIS E EVIDÊNCIAS

Pelos serviços prestados, a **CONTRATADA** será remunerada conforme condições da proposta de preços a ser apresentada por ocasião da participação na licitação, observados os requisitos da Lei 4.680/1965, Decreto 57.690/1966 e Lei 12.232/2010 que regula os serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, conforme abaixo:

1. Desconto sobre os custos internos, baseado na tabela referencial de preços da FENAPRO - Federação Nacional das Agências de Propaganda de: ____% (____ por cento*).
2. Percentual de honorários, incidente sobre custos dos serviços e suprimentos externos orçados junto a fornecedores especializados, selecionados pela Agência ou indicados pelo **SEBRAE/AM**, quando geram veiculação de: ____% (____ por cento*).
3. Percentual de honorários, incidente sobre custos dos serviços e suprimentos externos orçados junto a fornecedores especializados, selecionados pela Agência ou indicados pelo **SEBRAE/AM**, quando **não** geram veiculação de: ____% (____ por cento*).
4. Fica estabelecido que a criação de textos de peças e campanhas, assim como seus respectivos layouts, reprovados pelo **SEBRAE/AM**, não poderão ser cobrados pela **CONTRATADA**;
5. Os honorários na forma pactuada na proposta apresentada pela licitante, conforme modelo de proposta de preços apresentado, serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da **CONTRATADA**.
6. Havendo eventualmente alterações nos valores da tabela referencial de preços da FENAPRO - Federação Nacional das Agências de Propaganda, a nova tabela será aplicada ao contrato, para novos serviços demandados após 60 dias da data de homologação da referida tabela.
7. Na reutilização de peças por novos períodos iguais ao inicialmente pactuado, o percentual máximo sobre

o cachê original, a ser pago pelo **SEBRAE/AM** a atores, músicos, modelos e locutores, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, será objeto de negociação caso a casa junto à **CONTRATADA** estando, no entanto, limitado a 50% do valor inicialmente contratado;

8. Honorários de % (por cento) incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços realizados por terceiros, com a efetiva intermediação da **CONTRATADA**;
9. A **CONTRATADA** receberá o percentual de desconto a ser concedido pelos veículos de divulgação;
10. A **CONTRATADA** não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto-padrão de agência quando da utilização, pelo SEBRAE/AM, de créditos que a este tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato;
11. Os pagamentos a terceiros por serviços prestados, serão efetuados, pela **CONTRATADA**, nos prazos e condições previamente expressos pelos fornecedores em seus documentos fiscais, em consonância com as condições de pagamentos estabelecidos pelo SEBRAE/AM;
12. Nenhum pagamento isentará a **CONTRATADA** de suas responsabilidades estabelecidas neste Termo de Referência, nem implicará em aprovação definitiva dos serviços executados total ou parcialmente;
13. São de responsabilidade exclusiva da **CONTRATADA** todos os custos e despesas referentes à prestação dos serviços, tais como custos diretos e indiretos, inclusive tributos, encargos sociais e trabalhistas, contribuições parafiscais, além de quaisquer outros necessários ao cumprimento integral do objeto do contrato. Se, por ocasião da apuração do tributo a recolher, na condição de Substituto Tributário, o **SEBRAE/AM** incorrer em multas e juros, estes deverão ser arcados pela **CONTRATADA** e descontados dos valores que este tenha a receber, caso não tenha observado as obrigações quanto à emissão da Nota Fiscal nos prazos estabelecidos em contrato;
14. Não se admitirá o pagamento antecipado sob qualquer pretexto;
15. Os processos de pagamentos deverão ser quitados ou provisionados, impreterivelmente dentro do Exercício Fiscal;
16. O **SEBRAE/AM** reserva-se o direito de recusar o pagamento se o objeto contratado não estiver sendo prestado de acordo com o proposto, aceito e contratado;
17. Pelo descumprimento de qualquer das cláusulas estabelecidas neste instrumento, em especial a não apresentação das certidões e demais documentos exigidos no contrato, pela apresentação de certidões vencidas ou que perderam a vigência e pela apresentação de documentação em desacordo com o que foi estabelecido, o pagamento somente será efetuado após decisão administrativa;
18. O **SEBRAE/AM** poderá deduzir do montante a pagar de qualquer parcela do contrato, as indenizações e multas devidas pela **CONTRATADA**, em razão da inadimplência, descumprimento contratual ou ação judicial, nos termos do presente contrato, desde que haja contraditório;
19. Os pagamentos dos fornecedores da **CONTRATADA** não estão vinculados aos pagamentos realizados pelo **SEBRAE/AM**, sendo responsabilidade da **CONTRATADA** pagar pontualmente os fornecedores, imediatamente, após execução dos serviços em conformidade ao que foi solicitado, ficando estabelecido que o **SEBRAE/AM** não responde solidária ou subsidiariamente por esses pagamentos, que são de única e inteira responsabilidade da **CONTRATADA**.

PARÁGRAFO SEGUNDO – PRAZO DE PAGAMENTOS

O pagamento será efetuado em até 30 (trinta) dias, nos prazos estabelecidos no Calendário de Pagamento do SEBRAE/AM, após a execução da prestação dos serviços, de acordo com as condições de pagamento estabelecidas no Item 6.1, com o devido atesto na Nota Fiscal pela Unidade Demandante, juntamente com as

evidências e Certidões de regularidade fiscal, seguindo as orientações dos normativos internos do SEBRAE/AM.

PARÁGRAFO TERCEIRO - A Nota Fiscal correspondente à execução do objeto deverá ser emitida e entregue até o dia 25 de cada mês (se o dia 25 cair no final de semana ou feriado, deverá antecipar a entrega).

PARÁGRAFO QUARTO - A data limite e prazo final inclui as datas para emissão/recebimento da Nota Fiscal e Evidencias pela Unidade Demandante e entrega do Processo de Pagamento **completo** na Unidade de Contabilidade e Finanças – UCOF, que ocorre até o dia 25 de cada mês e o pagamento decorrentes de fornecimento de produto (s) ou serviço (s) desde que tenha cobertura de vigência contratual e serão efetuados obedecendo os prazos estabelecidos no Calendário de Pagamento a Fornecedores pela Unidade de Contabilidade e Finanças – UCOF e **Normativos Internos** e não serão aceitas Notas Fiscais avulsas, ou seja, sem acompanhamento das devidas comprovações e atestos.

PARÁGRAFO QUINTO - A emissão da Nota Fiscal deverá obedecer ao regime de competência em conformidade com o prazo de execução da prestação do serviço;

As notas fiscais/faturas, não aprovadas pelo SEBRAE/AM, serão devolvidas à CONTRATADA para as correções, acompanhadas dos motivos de sua rejeição, recontando-se o prazo para pagamento a partir da reapresentação, sem qualquer tipo de correção de seu valor;

A Nota Fiscal deverá vir acompanhada das CND's: Certidão Negativa de Débitos Relativos aos Tributos Federais e à Dívida Ativa da União; Certidão Negativa de Débitos de Tributos Municipais e Estaduais; Certidão FGTS – Certificado de Regularidade do FGTS – CRF;

Quando houver a necessidade de contratação que envolver Cessão de Mão de Obra, apresentar Certidão Negativa de Débitos junto à Justiça do Trabalho e deverá fazer parte integrante, os Comprovantes de Pagamento e Guias de INSS, FGTS, Folha de Pagamento, Protocolo de Conectividade Social e GFIP/SEFIP.

Deverá fazer parte integrante da Nota Fiscal, Declaração para não retenção de Impostos quando tratar-se de empresas Optante do Simples Nacional, Empresas Isentas/Imunes e INSS, quando o serviço for prestado pelo sócio proprietário conforme Artigo 115 Incisos II e III, §§ 2º e 3º da IN RFB 2110/2022, (se aplicar) de acordo com enquadramento da empresa e demais condições tributárias;

A CONTRATADA somente executará os serviços após a aprovação formal e aceitação destes por parte do SEBRAE/AM;

A Nota Fiscal de prestação de serviços será apresentada após o término dos serviços executados e respectivo atesto pela CONTRATADA, acompanhada dos seguintes documentos: a) Cópias das faturas dos veículos de comunicação e comprovantes de veiculação; b) Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao SEBRAE/AM para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação (Conforme previsão do Artigo 15 da Lei 12.232 de 2010).

Todas as notas fiscais entregues devem estar citadas em protocolo de entrega, de responsabilidade da CONTRATADA, incluindo notas fiscais de mídia. A cópia do protocolo deve ser entregue na Unidade de Gestão Comercial e Eventos (UGCE).

A CONTRATADA apresentará ao SEBRAE/AM cópias dos respectivos documentos fiscais que comprovem os pagamentos feitos a terceiros, quando solicitados pela Unidade de Gestão Comercial e Eventos (UGCE).

Caberá à CONTRATADA encaminhar à Unidade de Gestão Comercial e Eventos (UGCE) do SEBRAE/AM, até o dia 3 (três) do mês subsequente, Relatório Financeiro dos serviços solicitados referentes ao mês anterior, contendo os valores monetários pagos, autorizados e faturados, separados por cada trabalho (job) e tipo de despesa (criação, produção, mídia e suas comissões), incluindo os valores de terceiros.

PARÁGRAFO SEXTO - Os pagamentos decorrentes do fornecimento de produto (s) ou serviço (s) de **natureza contínua por demanda** que ocorra entre o dia 21 ao final do mês. As Notas Fiscais somente serão emitidas no mês Subsequente, e serão pagas dentro do prazo acima estabelecido.

PARÁGRAFO SETIMO - Nenhum pagamento isentará o Fornecedor de suas responsabilidades estabelecidas neste contrato, nem implicará em aprovação definitiva dos serviços executados total ou parcialmente.

PARÁGRAFO OITAVO - DA FORMA DE ENTREGA DE NOTAS FISCAIS E DO PROCEDIMENTO

A Nota Fiscal deverá ser emitida em nome do SERVIÇO DE APOIO ÀSMICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO AMAZONAS – SEBRAE/AM, situado na Rua Leonardo Malcher, 924 – Centro, CNPJ n.º 04.322.004/0001-47, Inscrição Municipal n.º 503101, Manaus/AM, CEP. 69010-170.

Em razão dos trâmites que antecedem a consolidação do Processo de Pagamento, a Nota Fiscal deverá ser emitida e entregue a Unidade Gestão Comercial e Eventos (UGCE), até o dia 20 do mês em que ocorrer o fato gerador (efetiva prestação dos serviços).

E para fins de cumprimento do prazo final de entrega, que ocorrerá até o dia 25 de cada mês (se dia 25 cair no final de semana, deverá ser antecipado a entrega). A data-limite e prazo final inclui as datas para emissão/recebimento da Nota Fiscal/Evidências pela Unidade Demandante e envio do Processo de Pagamento completo via sistema eletrônico à Unidade de Controladoria, Contabilidade e Finanças (UCOF)

PARÁGRAFO NONO - A Nota Fiscal deverá ser emitida pelo prestador do serviço em 02 (duas) vias.

CLAUSULA QUARTA – DOS DIREITOS AUTORAIS

1. CONTRATADA fará constar em sua Proposta de Preços, declaração firmada por representante legal, relativa à questão dos direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir, estabelecendo:
2. Para os direitos de autoria intelectual (criação, textos, produção, direção, trilha sonora original, arte-finalização e assemelhados), a CONTRATADA se compromete a ceder, definitiva e incondicionalmente, ao SEBRAE/AM, todos os direitos patrimoniais sobre os mesmos.
3. Para os direitos de imagem (atores, cantores e modelos) e para os direitos de uso de obras artísticas novas ou preexistentes (ou de sua reprodução), o licenciamento de uso, ao SEBRAE/AM, pelo prazo de duração do contrato de cessão de imagem.
4. O compromisso da CONTRATADA em fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os valores dos cachês e os licenciamentos de uso de obras artísticas novas ou preexistentes, inclusos nesses orçamentos.

CLAUSULA QUINTA - MULTAS

- a) À Contratada poderá ser aplicada multa pela Contratante, sem prejuízo do disposto no TR e de eventuais perdas e danos a serem apurados na forma da legislação em vigor.
- b) Caberá recurso à Contratada quando da aplicação de qualquer multa, porém somente após o recolhimento do valor respectivo a tesouraria da Contratante;
- c) Não será exigida garantia da execução do contrato, mas o **SEBRAE/AM** poderá reter, do montante a pagar, valores para assegurar o pagamento de multas, indenizações e ressarcimentos devidos pela **CONTRATADA**.

CLAUSULA SEXTA – PRAZO, LOCAL E CONDIÇÕES DE ENTREGA OU EXECUÇÃO

1. Os prazos têm como ponto de partida a solicitação e/ou o envio do briefing pela equipe do SEBRAE/AM para a CONTRATADA. A ampliação do prazo de entrega, quando necessária, será discutida e aprovada pela Unidade de Gestão Comercial e Eventos (UGCE) do SEBRAE/AM.
2. O atendimento ao SEBRAE/AM deverá ser imediato (em até 60 minutos) após a solicitação dos serviços, e os prazos para realização dos mesmos deverão seguir orientações do SEBRAE/AM.
3. Os prazos de desenvolvimento e entrega das campanhas ou peças avulsas de comunicação será negociado em reunião de briefing, de acordo com as necessidades do SEBRAE/AM, não podendo ultrapassar os prazos limites sugeridos no quadro abaixo:
4. Tabela:

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	Planejamento, execução e acompanhamento de Flash Mob.	Até 10 dias úteis
10	Peças únicas, sem acabamentos especiais, menos de 02 dobras ou até 4 páginas, que utilizem fotos de bancos de imagens. Criação sem a necessidade e ilustração, 3D ou criação de logomarca, que não envolvam faca especial ou acabamentos para aplicação de cor especial, quinta cor ou vernizes complexos.	Até 3 dias úteis
11	Folder com mais de duas dobras.	Até 4 dias úteis
12	Peças que envolvam a criação de ilustrações, 3D, tabelas, produção e tratamento de imagens.	Até 7 dias úteis
13	Criação de na ming, marcas, logotipos, símbolos, ilustrações, estampas e outros elementos de programação e identidade visual.	Até 7 dias úteis
14	Peça avulsa.	Até 2 dias úteis
15	Roteiro de spot de até 30" para rádio ou 60" para carro de som.	Até 2 dias úteis
16	Jingle.	Até 3 dias úteis
17	Roteiro para VT com captação de imagens e/ou depoimentos ou de tempo superior a 30 segundos.	Até 7 dias úteis
18	Página home/landing page	Até 20 dias úteis
19	Website superior a 3 páginas.	Até 5 dias úteis
20	Apresentação de até 10 slides.	Até 2 dias úteis
21	Apresentação superior a 10 slides.	Até 4 dias úteis

22	Plano publicitário.	Até 10 dias úteis
23	Planejamento de mídia.	Até 5 dias úteis
24	Relatório de execução / entrega / mídia.	Até 3 dias úteis
25	Peças de oportunidades.	Até 1 dia útil

CLÁUSULA SETIMA – DA FORMA DE ENTREGA DE MÍDIA

- I. A CONTRATADA deverá disponibilizar ao SEBRAE/AM, em até 10 dias corridos, após a produção das peças, os arquivos abertos, de forma que o SEBRAE/AM possa alterá-los ou reutilizá-los, a seu critério, ceder a parceiros ou outras Unidades do Sistema SEBRAE. Para cumprir com o objetivo, faz-se necessário que a empresa possua sistema para armazenamento em nuvem e compartilhamento das peças abertas em todos os formatos disponíveis, inseridos em ordem cronológica, sem custos adicionais para o SEBRAE/AM, assim como também possuir sistema de atendimento para envio e recebimento de demandas, de modo a agilizar o serviço, sendo garantido o acesso a todos os membros da instituição, sem ônus para o SEBRAE/AM.
- II. Os arquivos contendo as cópias com as peças de: TV e Cinema, Internet, Rádio, Mídia impressa e material publicitário deverão ser entregues nos formatos definidos pelo SEBRAE/AM.
- III. Caso as mídias indicadas se tornem tecnologicamente obsoletas, o SEBRAE/AM indicará mídia substituta para envio da cópia das peças produzidas.
- IV. Disponibilizar ao SEBRAE/AM informações que forem solicitadas a respeito da mídia utilizada.
- V. A CONTRATADA deverá disponibilizar, sempre que solicitada, as artes abertas de todos os arquivos em produção ou já produzidos, bem como suas fontes (tipologias) e imagens (fotos produzidas e ou compradas).
- VI. A CONTRATADA deve manter um arquivo portfólio e disponibilizar, sempre que solicitado, todos os materiais em produção ou já produzidos.

CLÁUSULA OITAVA – DAS OBRIGAÇÕES DAS PARTES

Obriga-se o **SEBRAE/AM**:

- I. Efetuar o pagamento na forma convencionada, dentro do prazo previsto, desde que atendidas as formalidades previstas.
- II. Notificar imediatamente a CONTRATADA, sobre as falhas ou defeitos observados na execução do objeto contratado.
- III. 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.
- IV. 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.
- V. 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.

- VI. Fica assegurado ao SEBRAE/AM 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.
- VII. 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/AM.

DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE**Obriga-se a CONTRATADA:**

- I. Executar fielmente o objeto contratado conforme as especificações contidas em sua proposta.
- II. Manter-se durante toda execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, e com todas as condições de habilitação e qualificação exigidas, sob pena de rescisão unilateral do contrato;
- III. A CONTRATADA se obriga a realizar suas atividades utilizando profissionais regularmente contratados e especializados em suas funções, atendendo à exigência de experiência e formação convencionada. Cabe à CONTRATADA total e exclusiva responsabilidade pela condução e coordenação de seu pessoal para a execução das atividades contratadas, além de atender integralmente a toda legislação que rege os negócios jurídicos e que lhe atribua responsabilidades, com ênfase na previdenciária, na trabalhista, sindical, tributária e cível em especial medicina e segurança do trabalho.
- IV. Arcar com as despesas pelo cumprimento das obrigações fiscais, previdenciárias, trabalhistas, encargos sociais, transporte, hospedagem, alimentação, frete, entrega, seguros, taxas, tributos e contribuições de qualquer natureza ou espécie, salários e demais despesas diretas e/ou indiretas, necessárias à execução total do objeto contratado, inexistindo qualquer tipo de solidariedade do SEBRAE/AM, para com a CONTRATADA quanto a estas obrigações.
- V. Cumprir fielmente o objeto contratado de modo que se realize com esmero e perfeição e no prazo estabelecido, executando-o sob sua inteira responsabilidade.
- VI. Não transferir a terceiros a execução do objeto do presente instrumento, no todo ou em parte, sem prévia e expressa autorização do SEBRAE/AM.
- VII. Cumprir as atividades com profissionais especializados, assumindo total e exclusiva responsabilidade pelo integral atendimento de toda a legislação aplicável referente ao objeto de que trata o presente instrumento.
- VIII. Responsabilizar-se por quaisquer acidentes de que possam ser vítimas seus empregados e prepostos, quando nas dependências do SEBRAE/AM ou em qualquer outro local onde estejam prestando os serviços objeto do presente instrumento, devendo adotar as providências que exigir a legislação em vigor.
- IX. Cumprir, além dos postulados legais vigentes de âmbito federal, estadual ou municipal, as normas vigentes de segurança do trabalho.
- X. Cumprir as leis e regulamentos de que tratam a segurança do trabalho, bem como as normas técnicas da Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT e demais postulados vigentes.
- XI. Sujeitar-se à mais ampla fiscalização por parte do SEBRAE/AM, prestando todos os esclarecimentos solicitados e atendendo às reclamações procedentes, caso ocorram.
- XII. Responder perante o SEBRAE/AM e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de sua omissão, na condução do objeto deste instrumento sob a sua responsabilidade ou por erros relativos à execução do objeto deste instrumento.

- XIII. Informar imediatamente o SEBRAE/AM toda e qualquer excepcionalidade durante a execução do objeto deste instrumento, que possam porventura atrasar o serviço e/ou as condições de entrega e execução.
- XIV. Cumprir os critérios de sustentabilidade quanto ao objeto do presente contrato, observando fielmente o que preceitua as boas práticas e a legislação vigente sobre a matéria.
- XV. Quando da necessidade de apresentação de relatórios, que sejam impressos preferencialmente em papel reciclado.
- XVI. A CONTRATADA deverá zelar pela imagem institucional do SEBRAE/AM.
- XVII. É de responsabilidade da CONTRATADA buscar as autorizações de uso de imagem para as campanhas desenvolvidas para a instituição

§ 1º A CONTRATADA declara sob as penas da Lei que:

- I. Declaro ter lido e compreendido o Código de Ética do Sistema SEBRAE e assumo o compromisso de cumpri-lo e respeitá-lo em todas as minhas atividades na Instituição, zelando por sua aplicação;
- II. Declaro que não consto do CADASTRO NACIONAL DE EMPRESAS INIDÔNEAS E SUSPENSAS (CEIS), CADASTRO NACIONAL DE EMPRESAS PUNIDAS (CNEP), LISTA DE LICITANTES INIDÔNEOS DO TRIBUNAL DE CONTAS DA UNIÃO (TCU), CADASTRO DE ENTIDADES PRIVADAS SEM FINS LUCRATIVOS IMPEDIDAS (CEPIM) e no CADASTRO DE EMPREGADORES QUE TENHAM SUBMETIDO TRABALHADORES A CONDIÇÕES ANÁLOGAS ÀS DE ESCRAVO (Secretaria de Trabalho – Ministério da Economia);
- III. Declaro não empregar menores de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, nem menores de dezesseis anos em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir dos quatorze anos;
- IV. Declaro não empregar trabalhadores em trabalhos degradantes ou forçados;
- V. Declaro não estar suspensa de participar de licitação com o Sistema SEBRAE, com a Administração Pública e com a União, cuja penalidade esteja em vigor;
- VI. Declaro, que para fins de contratação com o SEBRAE/AM, que nos quadros da CONTRATADA, INEXISTE vínculo de parentesco por consanguinidade ou por afinidade entre sócios, gerentes ou diretores até o 3º grau, com Dirigentes, Gerentes, Assessores, Chefes de Gabinete, e Conselheiros do SEBRAE/AM (parentes até terceiro grau: Em linha reta: pais, avós, bisavós, filhos (as), netos (as) e bisnetos (as); em linha colateral: irmão (ã), tio (a) e sobrinho (a); por afinidade: genro, nora, sogro (a), enteado (a), madrasta, padrasto, cunhado (a));
- VII. Declaro ter conhecimento sobre as boas práticas de compliance, incluindo-se a “DUE DILIGENCE” de integridade por demanda, razão pela qual na intenção de tentar estabelecer uma relação comercial como SEBRAE/AM, entende que este poderá verificar informações que estamos fornecendo sobre a empresa, também o SEBRAE/AM poderá obter informação de terceiros a fim de avaliar a nossa empresa. Portanto, em representação da nossa empresa e por este meio, outorgo o consentimento e a autorização para o SEBRAE/AM e seus representantes executarem uma revisão de antecedentes, que pode incluir, entre outros (I) a informação fornecida da nossa empresa, (II) informação comercial relevante sobre a nossa empresa, as nossas entidades matrizes subsidiárias, sócios gerais/específicos, proprietários e sócios comerciais, (III) reputação geral e trajetória empresarial, o cumprimento das normas contra a lavagem de dinheiro, diretrizes anticorrupção ou outras listas oficiais de advertência, seja de nossa empresa, de suas entidades matrizes e subsidiárias, sócios gerais/específicos, proprietários, diretores, funcionários e empregados principais. Além disso, afirmamos que as nossas entidades matrizes e subsidiárias, sócios

gerais/específicos, proprietários, diretores, funcionários e empregados principais foram informados e dão o seu consentimento (quando necessário) para tais pesquisas. Entendemos que, durante o curso da verificação de todas as informações declaradas, incluindo-se os antecedentes, pode ser necessário complementar ou verificar a exatidão e integridade das informações contidas nesta declaração. Portanto, autorizamos expressamente o SEBRAE/AM, os seus agentes autorizados e/ou qualquer pessoa ou entidade pública, governamental ou privada, que responsabilmente, possam ser contatados, para solicitar informação relevante para permitir o desenvolvimento das pesquisas mencionadas aqui.

§ 2º São expressamente vedadas à CONTRATADA:

- I. A veiculação de publicidade acerca desta contratação, salvo se houver prévia autorização do SEBRAE/AM.
- II. A subcontratação total ou parcial para a execução do objeto desta contratação, salvo se houver prévia autorização do SEBRAE/AM.

PARÁGRAFO PRIMEIRO - As despesas diretas ou indiretas omitidas na sua Proposta ou incorretamente cotadas serão consideradas como inclusas no preço, devendo os respectivos serviços serem fornecidos a CONTRATANTE sem ônus adicionais, além de quaisquer outras despesas incidentes sobre o contrato, inclusive passagem e hospedagem, quando houver, matérias, fretes, encargos sociais, trabalhistas e tributos.

PARÁGRAFO SEGUNDO - Todos os ônus de possíveis demandas trabalhistas, cíveis ou penais, relacionadas à prestação dos serviços, originariamente ou vinculado por prevenção, conexão ou continência, serão de responsabilidades da CONTRATADA.

PARÁGRAFO TERCEIRO - É de responsabilidade da CONTRATADA assumir os encargos fiscais e comerciais resultantes deste contrato.

PARÁGRAFO QUARTO - A inadimplência da CONTRATADA, com referência ao estabelecido nos parágrafos anteriores, não transfere ao CONTRATANTE a responsabilidade por seu pagamento, nem poderá onerar os preços contidos neste contrato, razão por que a CONTRATADA renuncia expressamente a qualquer vínculo de solidariedade, ativa ou passiva, para com o CONTRATANTE.

CLÁUSULA NONA – DA ANTICORRUPÇÃO

As partes concordam que executarão as obrigações contidas no contrato de forma ética e de acordo com os princípios aplicáveis ao Sistema SEBRAE previstos 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 desta contratação, ou de outra forma que não relacionada a esta contratação, 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 deveres e as obrigações de seus agentes e/ou empregados em questões comerciais, para que estejam sempre em conformidade com as leis, as normas vigentes e as determinações desta contratação.

PARÁGRAFO QUARTO - Caso a CONTRATADA viole essas regras, poderá o SEBRAE/AM rescindir motivadamente o contrato.

PARÁGRAFO QUINTO - A CONTRATADA se obriga a arcar com todos os prejuízos gerados a CONTRATANTE relativos a todo e qualquer passivo, demandas, perdas e/ou danos, penalidades decorrentes de responsabilização administrativa e civil, na forma da Lei Federal nº 12.846/13, custas judiciais, honorários advocatícios e eventuais outras despesas que porventura venha ter, decorrentes da violação dessas regras, desde que fique absolutamente comprovada sua culpa e o nexo de causalidade entre o ato realizado e o dano causado a CONTRATANTE.

CLÁUSULA DÉCIMA – DA VIGÊNCIA

O prazo de vigência do contrato será pelo período de 12 (doze) meses, contados da data da última assinatura da Diretoria do SEBRAE/AM.

Parágrafo único. Podendo ser prorrogado, mediante Termo Aditivo, caso seja de interesse do SEBRAE/AM, conforme Regulamento de Licitações e Contratos do Sistema SEBRAE.

CLÁUSULA DECIMA PRIMEIRA – DA RESCISÃO E SEUS MOTIVOS

Este contrato poderá ser rescindido por iniciativa de qualquer uma das partes, ficando estabelecido que aquela que der causa a rescisão, deverá notificar, formalmente, à outra, com antecedência mínima de 05 (cinco) dias, ou, ainda, pela superveniência de dispositivo legal ou regulamentar que seja materialmente impraticável.

PARÁGRAFO PRIMEIRO – Ocorrendo qualquer uma das hipóteses descritas no caput desta cláusula, no ato da assinatura da rescisão serão calculados e acertados os débitos e créditos porventura existentes.

PARÁGRAFO SEGUNDO – Além dos motivos descritos no caput desta cláusula, a rescisão contratual poderá ocorrer nas seguintes hipóteses:

Administrativamente, pela CONTRATANTE, na ocorrência de qualquer dos eventos a seguir transcritos, cumulativa ou isoladamente:

- I. Não cumprimento ou o cumprimento irregular de cláusulas contratuais, salvo caso fortuito ou força maior;
- II. A lentidão na execução do objeto deste instrumento, levando o CONTRATANTE à conclusão da impossibilidade do cumprimento das obrigações contratuais quanto ao prazo, salvo caso fortuito ou força maior;
- III. Atraso injustificado na execução dos serviços e no atendimento das demandas decorrentes deste contrato, salvo caso fortuito ou força maior;
- IV. A paralisação da execução dos serviços sem justa causa ou prévia comunicação, por escrito, ao CONTRATANTE, salvo caso fortuito ou força maior;
- V. A declaração de recuperação judicial, de falência ou a dissolução da CONTRATADA, ou, ainda, a alteração social com modificação da finalidade ou da estrutura da CONTRATADA, que, a juízo do CONTRATANTE, venha prejudicar a execução do presente contrato;
- VI. A constatação, pelo CONTRATANTE, de irregularidades dolosamente omitidas pela CONTRATADA durante o processo de sua contratação;
- VII. A suspensão de sua execução, por ordem escrita do CONTRATANTE, por prazo superior a 05 (cinco) dias, salvo motivos de força maior regularmente justificados;

- VIII. Administrativamente, pela CONTRATADA, quando o CONTRATANTE não cumprir suas obrigações estipuladas neste instrumento;
- IX. Judicialmente, nos termos da legislação em vigor.

CLÁUSULA DECIMA SEGUNDA - DAS PENALIDADES

Após a assinatura do presente Contrato a **CONTRATADA** sujeitar-se-á às seguintes penalidades:

- I. Multa de 0,1% (zero virgula um por cento) sobre o valor global do Contrato para o caso de atraso na entrega de serviços e materiais, por dia de atraso;
- II. Multa de 10% (dez por cento) sobre o valor global do Contrato na hipótese de a **CONTRATADA** abster-se de efetuar os pagamentos aos fornecedores/empresas terceirizadas para a execução dos serviços previstos no presente instrumento;
- III. Multa de 10% (dez por cento) sobre o valor global do Contrato em caso de rompimento de Contrato sem justificativa por parte da **CONTRATADA**;
- IV. Advertência e/ou multa de 05% (cinco por cento) sobre o valor da demanda para o caso de execução irregular, insatisfatória ou defeituosa das obrigações contratuais, devendo ser escolhida pela Gestora do Contrato a penalidade que melhor se aplique ao caso concreto, a depender da gravidade da infração;
- V. Multa de 10% (dez por cento) sobre o valor da demanda para o caso de inexecução, reincidência na execução irregular, insatisfatória ou defeituosa dos serviços ou reincidência no descumprimento deste Contrato; e
- VI. Rescisão do Contrato e/ou suspensão do direito de licitar e contratar com o Sistema SEBRAE pelo prazo de até 03 (três) anos nas hipóteses previstas no inciso II, III e V da presente Cláusula, sem prejuízo do pagamento das respectivas multas.

PARÁGRAFO PRIMEIRO – A falta da comprovação da regularidade fiscal pela **CONTRATADA** a cada pagamento ensejará, ainda, a aplicação das seguintes penalidades:

- I. Advertência;
- II. Multa de 10% (dez por cento) sobre o valor da parcela paga, após 03 (três) advertências; e
- III. Rescisão unilateral do Contrato pelo SEBRAE/AM, após aplicação de 03 (três) multas.

PARÁGRAFO SEGUNDO – O inadimplemento total ou parcial das demais obrigações contratuais assumidas pela **CONTRATADA** dará ao **CONTRATANTE** o direito de rescindir unilateralmente o contrato, com a aplicação da penalidade de suspensão do direito de licitar ou contratar com o SEBRAE/AM, por até 03 (três) anos, nos termos do Regulamento de Licitações e Contratos do Sistema Sebrae.

PARÁGRAFO TERCEIRO – Caso a **CONTRATADA** incida em alguma das hipóteses prevista no Regulamento de Licitações e Contratos do Sistema Sebrae estará sujeita a penalidade de impedimento de licitar, que caso aplicada terá abrangência nacional, por prazo mínimo de 04 (quatro) e máximo de 06 (seis) anos.

PARÁGRAFO QUARTO – Em respeito ao princípio do contraditório e da ampla defesa, a **CONTRATADA** será notificada para apresentar defesa prévia acerca das irregularidades e descumprimentos contratuais identificados pela Gestora do Contrato, no prazo de até 05 (cinco) dias úteis, contados do recebimento da notificação.

PARÁGRAFO QUINTO – A Gestora do Contrato analisará a defesa apresentada pela **CONTRATADA** e emitirá parecer em relação aos argumentos trazidos por ela, manifestando-se de acordo ou não, emitindo nova notificação à **CONTRATADA** com o resultado de sua análise, seja ela pela aceitação dos argumentos de defesa ou pela aplicação da penalidade.

PARÁGRAFO SEXTO – No caso de a **CONTRATADA** não apresentar sua defesa no prazo assinalado no Parágrafo Segundo, seu silêncio será considerado como concordância e a penalidade será aplicada pelo SEBRAE/AM e formalmente comunicada à **CONTRATADA**.

PARÁGRAFO SÉTIMO – As multas serão recolhidas diretamente à Tesouraria do SEBRAE/AM, no prazo de até 05 (cinco) dias úteis contados da data da notificação da aplicação da penalidade, poderão ser descontadas de eventuais créditos da **CONTRATADA** com o SEBRAE/AM, ou ainda, quando for o caso, poderão ser cobradas judicialmente.

PARÁGRAFO OITAVO – As penalidades previstas neste Contrato são independentes entre si, podendo ser aplicadas isolada ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

As despesas referentes ao objeto deste termo correrão à conta do:

Projeto: 2024 – MARKETING DE PRODUTOS E SERVIÇOS

Ação: Divulgação e marketing de produtos e serviços

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Quaisquer dúvidas e/ou questões não levantadas ou colocadas no presente contrato serão dirimidas pelas partes contratantes, que ora assinam o presente instrumento, cabendo aos mesmos o uso do bom senso.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DO ENVOLVIMENTO DE PESSOAL

O pessoal envolvido na execução do objeto do presente contrato, sob a responsabilidade da **CONTRATADA**, não terá nenhuma relação jurídica de qualquer natureza com o **CONTRATANTE**, notadamente a trabalhista.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – DA GESTÃO E FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO

A gestão e fiscalização do presente instrumento contratual, pertinente ao cumprimento de todas as suas cláusulas, é de responsabilidade conforme a seguir:

Fiscal do contrato: Danielle de Sousa Duarte;

Gestor do contrato: Karen Priscila Monteiro Lima

CLÁUSULA DÉCIMA SETIMA – DO ADITAMENTO E DA REVISÃO DOS PREÇOS

Qualquer alteração relativa a este instrumento será celebrado mediante termo aditivo, cabendo a elaboração do mesmo por parte do SEBRAE/AM.

PARÁGRAFO PRIMEIRO - Aceitar, nas mesmas condições contratuais, o acréscimo que se fizer necessário no objeto contratado em até 50% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, nos termos do Regulamento de Licitações e de Contratos do Sistema SEBRAE.

PARÁGRAFO SEGUNDO - A revisão dos preços dar-se-á, para a manutenção do equilíbrio econômico-financeiro do contrato, ou a qualquer tempo, em decorrência de eventual redução daqueles praticados no mercado, ou de fato, que eleve o custo dos bens registrados, cabendo ao SEBRAE/AM promover negociações junto aos fornecedores.

PARÁGRAFO TERCEIRO - Quando o preço inicialmente registrado, por motivo superveniente, tornar-se superior ao preço praticado no mercado, o SEBRAE/AM, deverá:

- a) Convocar o fornecedor visando à negociação para redução de preços e sua adequação ao praticado pelo mercado;
- b) Frustrada a negociação, o fornecedor será liberado do compromisso assumido

PARÁGRAFO QUARTO - A revisão dos preços deverá ser devidamente justificada e acompanhada de documentos comprobatórios, a qual deverá ser aceita pelo SEBRAE/AM ou pela empresa/fornecedora;

PARÁGRAFO QUINTO - Quando o preço de mercado tornar-se superior aos preços registrados e o fornecedor, mediante requerimento devidamente comprovado, não puder cumprir o compromisso, o SEBRAE/AM, poderá liberar o fornecedor do compromisso assumido, sem aplicação da penalidade, confirmando a veracidade dos motivos e comprovantes apresentados, e se a comunicação ocorrer antes do pedido de fornecimento;

PARÁGRAFO SEXTO - Não havendo êxito nas negociações, o SEBRAE/AM, revogará o contrato, adotando as medidas cabíveis para obtenção da contratação mais vantajosa.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA – DA INEXISTÊNCIA DE IMPEDIMENTO E DE GRAU DE PARENTESCO

A assinatura deste contrato importa na afirmativa, pela CONTRADADA que:

- a) Inexiste impedimento de qualquer natureza para o estabelecimento da relação jurídica com o Sistema SEBRAE/AM;
- b) Inexiste, seja em sua composição societária seja como seu prestador de serviço, formalizado ou não, a participação de empregado ou dirigente, de quaisquer entidades operacionalmente vinculadas ao Sistema SEBRAE/AM, bem como de ex-empregado ou ex-dirigente destas mesmas entidades, cujo desligamento tenha ocorrido há menos de 180 dias;
- c) Não possui sócios ou dirigentes que figurem como cônjuges, companheiros ou parentes em linha reta ou colateral, por consanguinidade ou afinidade, até o segundo grau, de empregados, Diretores ou Conselheiros do SEBRAE/AM.

CLÁUSULA DECIMA NONA – DA PROTEÇÃO DE DADOS

A Contratada, por si, seus colaboradores ou prepostos, obriga-se, sempre que aplicável, a atuar no presente Contrato em conformidade com a Legislação vigente sobre proteção de dados relativos a uma pessoa física (“Titular”) identificada ou identificável (“Dados Pessoais”) e as determinações de órgãos reguladores/fiscalizadores sobre a matéria.

PARÁGRAFO PRIMEIRO - Diretrizes de Tratamento A Contratada seguirá as instruções recebidas pelo SEBRAE Amazonas em relação ao tratamento dos Dados Pessoais, além de observar e cumprir as normas legais vigentes aplicáveis, devendo a Contratada garantir sua licitude e idoneidade, sob pena de arcar com as perdas e danos que eventualmente possa causar, sem prejuízo das demais sanções aplicáveis.

PARÁGRAFO SEGUNDO - A Contratada deverá corrigir, completar, excluir e/ou bloquear os Dados Pessoais, caso seja solicitado pelo SEBRAE Amazonas.

PARÁGRAFO TERCEIRO - Solicitação de Titulares - A Contratada, no caso de recebimento de reclamações, solicitações e/ou notificações de Titulares de Dados Pessoais, que indiquem estar diretamente relacionados ao Contrato e ao SEBRAE, deverá informar ao Titular que direcione sua reclamação, solicitação e/ou notificação diretamente ao controlador de dados, conforme preconiza o artigo 18 da LGPD.

PARÁGRAFO QUARTO - Confidencialidade dos Dados Pessoais A Contratada, por seus colaboradores ou prepostos, compromete-se a tratar todos os Dados Pessoais como confidenciais, exceto se já eram de conhecimento público sem qualquer contribuição da Contratada, ainda que este Contrato venha a ser resolvido e independentemente dos motivos que derem causa ao seu término ou resolução.

PARÁGRAFO QUINTO – Governança e segurança A Contratada compromete-se a adotar medidas, ferramentas e tecnologias necessárias para garantir a segurança dos dados e cumprir com suas obrigações, sempre considerando o estado da técnica disponível e o nível de segurança necessário.

I.A Contratada deverá cumprir com os requisitos das medidas de segurança técnicas e organizacionais para garantir a confidencialidade por meio de pseudonimização ou criptografia dos Dados Pessoais, inclusive no seu armazenamento e transmissão.

II.Contratada compromete-se a utilizar tecnologias visando à proteção das informações em todas as comunicações com compartilhamentos de Dados Pessoais pela Contratada ao SEBRAE Amazonas.

III.A Contratada deverá manter registro das operações de tratamento de Dados Pessoais que realizar, bem como implementar medidas técnicas e organizacionais necessárias para proteger os dados contra a destruição, acidental ou ilícita, a perda, a alteração, a comunicação ou difusão ou o acesso não autorizado, além de garantir que o ambiente (seja ele físico ou lógico) utilizado por ela para o tratamento de Dados Pessoais sejam estruturados de forma a atender os requisitos de segurança, aos padrões de boas práticas e de governança e aos princípios gerais previstos em Lei e às demais normas regulamentares aplicáveis.

PARÁGRAFO SEXTO – Registro das Atividades A Contratada deverá realizar o registro de todas as atividades realizadas em seus sistemas/ambientes (“Registros”) que realizem tratamento de Dados Pessoais sob determinação do SEBRAE Amazonas, de modo a permitir a identificação de quem as realizou. Tais Registros deverão conter, no mínimo:

I.Ação;

II.Identificação de usuários do sistema;

III.Data/hora da ação, com referência UTC (Universal Time Coordinated), sendo que os relógios de seus sistemas estão sincronizados com a hora legal brasileira e de acordo com o protocolo NTP (ntp.br) de sincronização dos relógios; e

IV.Session ID da conexão utilizada

PARÁGRAFO SÉTIMO - Conformidade da contratada A Contratada deverá monitorar, por meios adequados, sua própria conformidade e a de seus funcionários e Suboperadores com as respectivas obrigações de proteção de Dados Pessoais em relação aos Serviços e deverá fornecer ao SEBRAE Amazonas relatórios sobre esses controles sempre que solicitado por ela.

PARÁGRAFO OITAVO - Notificação A Contratada deverá notificar o SEBRAE Amazonas em até 48 (quarenta e oito) horas (i) de qualquer não cumprimento (ainda que suspeito) das disposições legais relativas à proteção de Dados Pessoais; (ii) de qualquer descumprimento das obrigações contratuais relativas ao tratamento dos Dados Pessoais; (iii) de qualquer violação de segurança na Contratada ou nos seus Suboperadores; (iv) de qualquer exposições ou ameaças em relação conformidade com a proteção de Dados Pessoais; (v) ou em período menor, se necessário, de qualquer ordem de Tribunal, autoridade pública ou regulador competente.

PARÁGRAFO NONO - Colaboração A Contratada compromete-se a auxiliar o SEBRAE Amazonas:

I.Com a suas obrigações judiciais ou administrativas, de acordo com a Lei de Proteção de Dados Pessoais aplicável, fornecendo informações relevantes disponíveis e qualquer outra assistência para documentar e eliminar a causa e os riscos impostos por quaisquer violações de segurança; e

II.No cumprimento das obrigações decorrentes dos Direitos dos Titulares dos Dados Pessoais, principalmente por meio de medidas técnicas e organizacionais adequadas.

PARÁGRAFO DÉCIMO – Propriedade dos dados O presente Contrato não transfere a propriedade ou controle dos dados do SEBRAE Amazonas ou dos seus clientes, inclusive Dados Pessoais, para a Contratada (“Dados”). Os Dados gerados, obtidos ou coletados a partir da prestação dos Serviços ora contratados são e continuarão de propriedade do SEBRAE Amazonas, inclusive sobre qualquer novo elemento de Dados, produto ou subproduto que seja criado a partir do tratamento de Dados estabelecido por este Contrato.

PARÁGRAFO DÉCIMO PRIMEIRO – Tratamento de dados no exterior Todo e qualquer tratamento de dados fora do Brasil, depende de autorização prévia e por escrito pelo SEBRAE Amazonas à Contratada.

PARÁGRAFO DÉCIMO SEGUNDO - Sempre que Dados ou Registros forem solicitados pelo SEBRAE Amazonas à Contratada, esta deverá disponibilizá-los em até 48 (quarenta e oito) horas, podendo ser em menor prazo nos casos em que a demanda judicial, a norma aplicável ou o pedido de autoridade competente assim o exija. Caso a Contratada receba diretamente alguma ordem judicial para fornecimento de quaisquer Dados, deverá comunicar ao SEBRAE Amazonas antes de fornecê-los, se possível.

PARÁGRAFO DÉCIMO TERCEIRO – Atuação restrita O SEBRAE Amazonas não autoriza a usar, compartilhar ou comercializar quaisquer eventuais elementos de Dados, produtos ou subprodutos que se originem, ou sejam criados, a partir do tratamento de Dados estabelecido por este contrato.

PARÁGRAFO DÉCIMO QUARTO – Devolução dos dados A Contratada se compromete a devolver todos os Dados que vier a ter acesso, em até 30 (trinta) dias, nos casos em que (i) o Contrato for rescindido; ou (ii) com o término do presente Contrato. Em adição, a Contratada não deve guardar, armazenar ou reter os Dados por tempo superior ao prazo legal ou necessário para a execução do presente Contrato.

PARÁGRAFO DÉCIMO QUINTO - Caso os Dados da Contratada estejam contidos em um banco de Dados, além de restituir este banco de Dados de inteira propriedade do SEBRAE Amazonas em qualquer hipótese de extinção deste instrumento, a Contratada deverá remeter em adição o dicionário de dados que permita entender a organização do banco de Dados, em até 10 (dez) dias ou em eventual prazo acordado entre as Partes.

PARÁGRAFO DÉCIMO SEXTO – Regresso Fica assegurado ao SEBRAE Amazonas, nos termos da lei, o direito de regresso em face da Contratada diante de eventuais danos causados por esta em decorrência do descumprimento das obrigações aqui assumidas em relação a Proteção dos Dados.

PARÁGRAFO DÉCIMO SÉTIMO - A Contratada, sempre que tiver dúvidas ou necessidades de esclarecimentos, bem como solicitações específicas, em relação ao tratamento de seus dados pessoais, pode buscar entrar em contato com o Encarregado de Proteção de Dados Pessoais do SEBRAE Amazonas (dpo@am.sebrae.com.br).

PARÁGRAFO DÉCIMO OITAVO – Auditoria - A contratada reconhece e aceita que o SEBRAE tem o direito de realizar auditoria, por si ou por terceiro indicado pelo SEBRAE, com a finalidade de verificar, por meio documental, a conformidade da Contratada quanto à legislação de proteção de dados aplicável. Caso, mesmo após o envio dos documentos e informações pela Contratada, o SEBRAE, de forma justificada, ainda possua questionamentos quanto à conformidade da Contratada à LGPD, o SEBRAE poderá realizar auditoria presencial, mediante autorização e nos limites estabelecidos pela Contratada, se obrigando a encaminhar o



CONCORRÊNCIA

CO – (001/25)

escopo e cronograma com prazo razoável acordado entre as partes e se comprometendo a não solicitar documento de clientes. O andamento das operações da Contratada não poderá ser afetado em caso de realização de auditoria presencial.

PARÁGRAFO DÉCIMO NONO - O SEBRAE Amazonas terá o direito de acompanhar, monitorar, auditar e fiscalizar a conformidade da Contratada com as obrigações de Proteção de Dados Pessoais, sem que isso implique em qualquer diminuição de responsabilidade que a Contratada possui perante a Lei e este Contrato.

PARÁGRAFO VIGÉSIMO – Adequação legislativa Caso exista modificação dos textos legais acima indicados ou de qualquer outro de forma que exija modificações na estrutura da prestação de serviços do Sebrae/AM ou na execução das atividades ligadas a este contrato, a CONTRATADA deverá adequar-se às condições vigentes. Se houver alguma disposição que impeça a continuidade do contrato conforme as disposições acordadas, a contratada concorda em notificar formalmente este fato ao SEBRAE/AM, que terá o direito de resolver o presente contrato sem qualquer penalidade, suspendendo-se imediatamente a transferência dos dados e apurando-se os valores devidos até a data da rescisão.

CLÁUSULA VIGÉSIMA – DO FORO

Fica eleito o foro da Comarca de Manaus, Estado do Amazonas, para resolução de possíveis pendências decorrentes da execução deste contrato, com renúncia de qualquer outro, por mais especial ou privilegiado que seja.

E, por estarem justas e acordadas, as partes firmam o presente instrumento em 2 (duas) vias de igual forma e teor, na presença das testemunhas abaixo.

Manaus, xx de xxxxxx de xxxx

Pelo CONTRATANTE:

Pela CONTRATADA:

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
Diretor Superintendente

XXXXXXXXXXXXX
Representante Legal

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
Diretor Técnico

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
Diretor Administrativo e Financeiro

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
Gerente da Unidade USN

TESTEMUNHAS:

1 - _____ 2 - _____
CPF nº CPF nº