

**EDITAL DE LICITAÇÃO RETIFICADO****CONCORRÊNCIA Nº 001/2026****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 641 de 29/04/2026**, 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: 18/08/2026**

**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 e Briefing

Anexo II – Modelo de Carta Proposta

Anexo III – Modelo de Declaração de Porte da Empresa

Anexo IV – Modelo de Declaração de Documentos Fíéis e Verdadeiros

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

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

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

Anexo VIII – Minuta de Contrato.

**Guideline para aplicação da Marca SEBRAE (Brandbook):**

[https://sebraemg.com.br/diversos/web/docs/casademarcas/manuais/Brandbook\\_Sebrae.pdf](https://sebraemg.com.br/diversos/web/docs/casademarcas/manuais/Brandbook_Sebrae.pdf)

**2. DO OBJETO**

**2.1** Contratação de 01 (uma) agência de publicidade, nos termos da Lei nº 4.680/1965, para a prestação de serviços técnicos especializados, **sob demanda**, de publicidade e propaganda, compreendendo o conjunto de atividades integradas relacionadas ao estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, produção, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa de campanhas e peças publicitárias, bem como o planejamento e a compra de mídia e a distribuição de publicidade em todos os meios de comunicação, com vistas a apoiar as ações de comunicação e marketing do SEBRAE/AM, em Manaus e nos demais municípios do Estado do Amazonas, conforme termo de referência (Anexo I) que passa a integrar este edital como se nele estivesse transcrito.

**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/portalcfc](http://www.scf3.sebrae.com.br/portalcfc), 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 **02 (dois) 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/portalcfc](http://www.scf3.sebrae.com.br/portalcfc) 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 02 (dois) 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/portalcfc](http://www.scf3.sebrae.com.br/portalcfc), **cabe aos interessados acompanhar as movimentações.**

**3.6.** Os interessados se obrigam a acompanhar no endereço eletrônico [www.scf3.sebrae.com.br/portalcfc](http://www.scf3.sebrae.com.br/portalcfc), **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 publicidade”, 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](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, está 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](mailto: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:

**INVÓLUCRO Nº 2 - PROPOSTA TÉCNICA****Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada Nome empresarial:****CNPJ:****Concorrência nº 001/2026 – SEBRAE/AM**

- 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 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 001/2026 – 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 001/2026 – 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                                   |
|-----------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| <b>1. Plano de Comunicação Publicitária</b>               | <b>Raciocínio Básico</b>                      |
|                                                           | <b>Estratégia de Comunicação Publicitária</b> |
|                                                           | <b>Ideia Criativa</b>                         |
|                                                           | <b>Estratégia de Mídia e Não Mídia</b>        |
| <b>2. Capacidade de Atendimento</b>                       |                                               |
| <b>3. Repertório</b>                                      |                                               |
| <b>4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b> |                                               |

- 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 75gr/m<sup>2</sup>, 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 75gr/m<sup>2</sup>, 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:
- 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.
- 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 8.2.1.10
- 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:
- a) Não poderão ser apresentados em cores;
  - b) Poderão ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados pelos programas que geram estas tabelas, gráficos e planilhas;
  - c) Terão que obedecer a formatação de margem disposta no subitem 8.2.1.2 e 8.2.1.3;
  - d) Ser apresentados em papel A4 ou A3 dobrado;
  - e) Quando impressos na orientação paisagem, tanto para o formato A4 ou A3 dobrado, deverão ter sua numeração no final da página e à direita, obedecendo a orientação do papel;
  - f) As planilhas emitidas para simulação do plano de mídia não poderão apresentar o número automático da 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 9.3.4 (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**

- 8.3.1. 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), observadas as seguintes disposições:

- 8.3.2. 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;
- 8.3.3. **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.
- 8.3.4. **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 9.3.3 Estratégia de Comunicação Publicitária, com comentários sucintos e objetivos sobre cada peça e ou material.
  - 8.3.4.2. 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.
  - 8.3.4.3. Os comentários mencionados na alínea 9.3.3.1 no subitem 9.3.4. 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.
- 8.3.5. Os exemplos de peças que o subitem 8.3.4.2. Ideia Criativa:
- a) Estão limitadas a 07 (sete), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça;
  - b) Podem ser apresentadas sob a forma de: roteiro, layout e Ou storyboard impressos; protótipo ou “monstro”, para rádio e internet; storyboard para TV e cinema;
  - c) Também poderão ser aceitas peças finalizadas em caso de Não Mídia;
  - d) Apresentadas como parte de um kit serão computados individualmente
- 8.3.6. Reduções e variações de formato serão consideradas como peças.
- 8.3.7. 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).
- 8.3.8. 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.
- 8.3.9. 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 9.3.8.
- 8.3.10. 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/m<sup>2</sup> a 300g/m<sup>2</sup>.

8.3.11. As peças gráficas deverão ser impressas em papel A4 ou A3 (dobrado) com até 120gr/m<sup>2</sup>, ambas em branco, em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, observado o disposto no subitem 9.2.5.

8.3.12. Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 9.3.5, 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 8.3

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 8.3.4.1. Ideia Criativa deverão 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.
- IV. Não é permitido o uso de ferramentas que incluam leilão de veiculação.
- V. Todos os veículos inclusos no Plano de Mídia/Distribuição devem ter tabela fixa verificável.

**8.4 DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA**

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

**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 mencionados no subitem anterior 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 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. EQUIPE TÉCNICA MÍNIMA E QUALIFICAÇÃO DA EQUIPE**

8.5.5.1. 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                                                                | QTD          | QUALIFICAÇÃO ACADÊMICA                                                                                                                                          | EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL                                                                                  | ATRIBUIÇÕES                                                                                                                                                                                                                                   |
|------|-----------------------------------------------------------------------|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| A    | <b>Gerente de Conta ou de Atendimento</b><br>(exclusivo para a conta) | 01<br>(um)   | Superior completo em Comunicação Social (qualquer habilitação) ou Propaganda e Marketing ou Administração de Empresas ou áreas correlacionadas ao Marketing     | Atuação como Gerente de Atendimento em empresas de comunicação e propaganda                               | Gestão da conta, sendo o responsável pelo relacionamento estratégico com o SEBRAE/AM, no dia a dia dos trabalhos.                                                                                                                             |
| B    | Diretor de Criação                                                    | 01<br>(um)   | Superior completo em Comunicação Social (qualquer habilitação) ou Propaganda e Marketing, 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<br>(um)   | Superior completo em Comunicação Social (qualquer habilitação) ou Propaganda e Marketing ou áreas correlacionadas ao Marketing ou Design ou Desenho Industrial. | 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<br>(um)   | Superior completo em Comunicação Social (qualquer habilitação) ou Propaganda e Marketing ou Administração de Empresas ou áreas correlacionadas ao Marketing.    | Atuação como coordenador 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<br>(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    | Profissional de Produção Gráfica                                      | 01<br>(um)   | Ensino Médio e Curso Técnico especializado em Produção Gráfica                                                                                                  | Ter atuado como Coordenador de Produção Gráfica em empresas de comunicação ou propaganda.                 | Orçar, negociar, coordenar e executar toda produção dos materiais e peças criadas pela agência. 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. |
|--|--|--|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

- 8.5.5.2. As funções descritas na tabela acima constituem formação da equipe básica mínima necessária para o projeto, constituindo dever da contratada, no entanto, dimensionar o aumento da equipe, caso necessário, para a perfeita execução dos serviços contratados. O número mínimo de funções não poderá ser reduzido.
- 8.5.5.3. A empresa deverá manter equipe técnica habilitada, composta por profissionais qualificados aptos a serem acionados conforme a complexidade, o porte ou a simultaneidade das demandas, garantindo capacidade de atendimento integral às ações do Sebrae/AM.
- 8.5.5.4. A comprovação da experiência de todos os profissionais dar-se-á por meio da apresentação de currículo detalhado e cópias de declarações emitidas por empresas em que o profissional atuou ou registros na carteira de trabalho ou contrato de prestação de serviços, ou termo de contratação futura, referente às atividades a serem executadas neste instrumento (a referida documentação deve constar no envelope de habilitação).
- 8.5.5.5. A Comprovação de Qualificação Acadêmica dos profissionais indicados no item 8.5.5. deverá estar demonstrada documental e deve ocorrer através de: Diplomas ou certificados de nível superior, comprovando o curso completo, sejam eles bacharelado ou tecnológico, reconhecidos pelo Ministério da Educação (MEC) 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 técnico 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.
- 8.5.5.6. 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.

## 8.6. 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.
- 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.
  - 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 8.6.1. 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 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.
- 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 8.7.2., ou se um dos Relatos não atender aos critérios deste Termo de Referência, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de Relatos apresentados. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima.
  - 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:

- a) 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;
- b) 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:

| <b>QUESITOS</b>                                                         | <b>SUBQUESITOS</b>                              | <b>PONTUAÇÃO MÁXIMA</b> |
|-------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|-------------------------|
| <b>Plano de Comunicação Publicitária</b><br>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               |
| <b>TOTAL</b>                                                            |                                                 | <b>48 pontos</b>        |
| <b>Conjunto de Informações Técnicas</b><br>12 (doze pontos)             | Capacidade de Atendimento                       | 4 pontos                |
|                                                                         | Repertório                                      | 4 pontos                |
|                                                                         | Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação | 4 pontos                |
|                                                                         | <b>TOTAL</b>                                    | <b>12 pontos</b>        |
| <b>PONTUAÇÃO MÁXIMA DA PROPOSTA TÉCNICA</b>                             |                                                 | <b>60 PONTOS</b>        |

### **9.4. DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - 48 (QUARENTA E OITO) PONTOS:**

#### **9.4.1 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**.

**9.8. CONJUNTO DE INFORMAÇÕES TÉCNICAS – 12 (DOZE) PONTOS**

**9.8.1 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**;

**9.8.2. 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**

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

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

**9.9. A NOTA DA PROPOSTA TÉCNICA SERÁ APURADA SEGUNDO A METODOLOGIA A SEGUIR.**

- h) 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.
- i) 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.
- j) Aos quesitos e subquesitos serão atribuídos, no máximo, os pontos estabelecidos nos subitens anteriores, calculados com até 2 (duas) casas decimais, sem arredondamento.
- k) A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos obtidos de cada membro da Subcomissão Técnica.
- l) A nota de cada Proposta Técnica (Plano de Comunicação Publicitária + Conjunto de Informações Técnicas) corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos pelos quesitos.

**9.10. 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.

- 9.11.** 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.
- 9.12.** 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.
- 9.13.** 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:

|                                                                                                               | <b>DESCONTOS, HONORÁRIOS E REPASSES</b>                                                                                                                                                                                                   | <b>CÁLCULO DA PONTUAÇÃO</b>                                                                                                                  | <b>PONTUAÇÃO</b>            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
| <b>Q<br/>U<br/>E<br/>S<br/>I<br/>T<br/>O<br/>S<br/><br/>A<br/>V<br/>A<br/>L<br/>I<br/>A<br/>D<br/>O<br/>S</b> | 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%: $N = 0,0$<br><br>Desconto superior a 0%: $N = 0,3 \times$<br>Desconto concedido pela licitante                          | <b>27 Pontos</b>            |
|                                                                                                               | 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%: $N = 0,0$<br><br>Honorários inferiores a 15%: $N = 0,7 \times (15\% - \text{Honorários cobrados})$    | <b>7 Pontos</b>             |
|                                                                                                               | 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%: $N = 0,0$<br><br>Honorários inferiores a 15%:<br>$N = 0,6 \times (15\% - \text{Honorários cobrados})$ | <b>6 Pontos</b>             |
| <b>PONTUAÇÃO MÁXIMA DA PROPOSTA DE PREÇOS</b>                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                              | <b>40 (quarenta) PONTOS</b> |

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 11.3, 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:

- a) **Índice Técnico (IT):** corresponde à pontuação obtida pela licitante na Proposta Técnica, apurada na forma do item 9.9, podendo variar de 0 (zero) a 60 (sessenta) pontos;
- b) **Índice de Preços (IP):** corresponde à pontuação obtida pela licitante na Proposta de Preços, apurada na forma do item 11.6, podendo variar de 0 (zero) a 40 (quarenta) pontos;
- c) **Índice Geral (IG):** corresponde à média aritmética simples entre o Índice Técnico e o Índice de Preços, cuja ponderação de 60% (sessenta por cento) para a Técnica e 40% (quarenta por cento) para o Preço decorre diretamente dos limites máximos de pontuação estabelecidos para cada proposta, dispensada a aplicação de fatores de ponderação adicionais:

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, calculado pela seguinte fórmula:

$$\text{IG} = (\text{IT} + \text{IP}) \div 2$$

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:

12.3.1. Ideia Criativa

12.3.2. Estratégia de Comunicação Publicitária

12.3.3. Estratégia de Mídia

12.3.4. 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:

- 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.

### **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 involucrio nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

**INVÓLUCRO N ° 5 – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO****Nome Empresarial:****CNPJ:****Concorrência nº 001/2026 – 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** Os documentos necessários ao credenciamento e à habilitação deverão ser apresentados em cópia autenticada por tabelião de notas, sendo vedada à CPL as suas autenticações;

**13.2.1.2** 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

**13.2.2.1.** 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.

**13.2.2.2** 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 Presidente da CPL, 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**:

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

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

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

**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.

**13.6** 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.

**13.7** 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 (e) m 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 técnica e 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/portalcfl/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**

**17.1** 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.

**17.2** 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.

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

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

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

**17.6.** 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/portalcfl/Licitacoes>);

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

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

**17.9.** 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/portalcfl/Licitacoes>), cabe aos licitantes acompanhar a movimentação do processo

**17.10.** O resultado dos recursos da fase final desta concorrência estará disponível no Canal do Fornecedor (<https://www.scf3.sebrae.com.br/portalcfl/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 da 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 641 de 29/04/2026. As condições mais detalhadas de fornecimento constam do Termo de Referência (Anexo II) do Edital;

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

**20.4** 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:** 2026 – MARKETING DE PRODUTOS E SERVIÇOS

**Ação:** Divulgação e marketing de produtos e serviços

**24.2** O valor global estimado para 12 (doze) meses das despesas com os serviços objeto da presente licitação é de R\$ 4.000.000,00 (quatro milhões de reais).

**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 seja necessário.

**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/portalcfl/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.
- 26.18.** Guideline para aplicação da Marca SEBRAE (Brandbook):  
[https://sebraemg.com.br/diversos/web/docs/casademarcas/manuais/Brandbook\\_Sebrae.pdf](https://sebraemg.com.br/diversos/web/docs/casademarcas/manuais/Brandbook_Sebrae.pdf)

Manaus, 03 de agosto de 2026.

**Taciani Cruz de Mendonça Silvany**  
Presidente da Comissão Permanente de Licitação

## ANEXO I - TERMO DE REFERÊNCIA

## TERMO DE REFERÊNCIA 141525/2026

## TERMO DE REFERÊNCIA

TERMO DE REFERÊNCIA PARA CONTRATAÇÃO DE  
SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA**1. DEFINIÇÃO DO OBJETO**

- 1.1. O presente Termo de Referência tem por objeto a contratação de **01 (uma) agência de publicidade**, nos termos da **Lei nº 4.680/1965**, para a prestação de **serviços técnicos especializados, SOB DEMANDA, de publicidade e propaganda**, compreendendo o conjunto de atividades integradas relacionadas ao estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, produção, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa de campanhas e peças publicitárias, bem como o planejamento e a compra de mídia e a distribuição de publicidade em todos os meios de comunicação, com vistas a apoiar as ações de comunicação e marketing do SEBRAE/AM, em Manaus e nos demais municípios do Estado do Amazonas.
- 1.2. Os serviços serão executados sob demanda, conforme necessidade do SEBRAE/AM, observadas as condições e exigências estabelecidas neste Termo de Referência e em seus anexos.

**2. JUSTIFICATIVA DA CONTRATAÇÃO**

- 2.1. O SEBRAE/AM tem como visão ser a principal fonte a quem o micro e pequeno empreendedor recorre ao perseguir o sonho de empreender.
- 2.2. O SEBRAE/AM atua com o propósito de promover o empreendedorismo sustentável por meio do conhecimento e da inovação, considerando a diversidade e as riquezas do Amazonas.
- 2.3. As soluções desenvolvidas pelo SEBRAE/AM atendem desde o empreendedor que pretende abrir seu primeiro negócio até pequenas empresas, as quais já estão consolidadas e buscam um novo posicionamento no mercado.
- 2.4. O SEBRAE/AM é um agente de capacitação e de promoção do desenvolvimento, atuando por meio de capacitações, ações de inovação, consultorias, acesso ao crédito, acesso a mercados, entre outros.
- 2.5. Para reforçar esse posicionamento, bem como divulgar nossas ações, produtos e serviços, potencializando nossa mensagem, fazendo com que as

informações e o conteúdo de qualidade produzidos pelo SEBRAE/AM cheguem ao maior número de clientes, a publicidade torna-se imprescindível como ferramenta para maximização dos esforços de comunicação da instituição.

- 2.6. A contratação de serviços de publicidade e propaganda tem por finalidade atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, promovendo a divulgação de ideias, princípios, iniciativas, programas, produtos, serviços e ações institucionais do SEBRAE/AM junto aos seus públicos de interesse.
- 2.7. A realização de procedimento licitatório amplo, isonômico e concorrencial para a seleção de 01 (uma) agência de publicidade e propaganda, contribui para a construção de um mercado mais saudável e competitivo, pois permite a participação de diversas empresas em igualdade de condições, premiando a proposta que apresentar melhor combinação de técnica e preço, na forma do Regulamento de Licitações e Contratos do Sistema Sebrae (**Resolução CDN N° 641/2026**)
- 2.8. A presente contratação não afasta a possibilidade de, em certames futuros, o SEBRAE/AM estruturar novas licitações ou contratações complementares, de acordo com suas necessidades institucionais e estratégias de comunicação.

### 3. DETALHAMENTO DO OBJETO:

- 3.1 Contratação de prestação de serviços especializados de publicidade e propaganda, a qual será realizada, SOB DEMANDA, por agência de propaganda, na forma da Lei nº 4.680/1965, com o propósito de elaborar, planejar, criar, produzir, executar e veicular campanhas e peças publicitárias voltadas à divulgação das ações, programas, produtos e serviços institucionais do SEBRAE/AM, conforme as necessidades e estratégias definidas pelo contratante, contidas neste Termo de Referência e seus anexos.
- 3.2 A abrangência da prestação dos serviços será estadual (Estado do Amazonas), podendo, em ações específicas, ter abrangência nacional.
- 3.3 Compreendem os serviços de publicidade e propaganda o conjunto de atividades realizadas de forma integrada que tenham por objetivo o **estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação**, com a finalidade

de promover a venda de bens ou serviços, difundir ideias ou informar o público em geral.

**3.4 Compreendem como atividades que compõem os serviços publicitários:**

- 3.4.1 O estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação e execução interna das campanhas e anúncios publicitários.
- 3.4.2 O estudo, recomendação e contratação, mediante autorização prévia do SEBRAE/AM, dos meios e veículos de divulgação, inclusive espaços de promoção da experiência da marca.
- 3.4.3 A intermediação, supervisão e acompanhamento da execução externa das ações e peças publicitárias por fornecedores especializados.
- 3.4.4 A intermediação, supervisão e distribuição das peças publicitárias aos veículos e meios de divulgação previstos nas campanhas.
- 3.4.5 A coordenação, intermediação de fornecedores e execução técnica de produtos e projetos publicitários de natureza não-mídia, criados ou desenvolvidos no âmbito das campanhas.
- 3.4.6 O planejamento, intermediação e execução de pesquisas de avaliação e de geração de conhecimento sobre a mensagem, o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação e/ou os resultados das campanhas realizadas, inclusive para subsidiar a elaboração de briefing.
- 3.4.7 A criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias e meios alternativos de divulgação, como painéis de LED urbanos, televisores em espaços comerciais, TVs e painéis em elevadores comerciais e residenciais e outros meios de comunicação out-of-home.
- 3.4.8 As ações publicitárias decorrentes desta contratação terão como público-alvo, cidadãos de todas as faixas etárias que são empreendedores ou que desejam empreender:
  - a) cidadãos interessados em empreender;
  - b) Microempreendedores Individuais (MEI);
  - c) Empresários de micro e pequenas empresas;
  - d) Potenciais empreendedores;
  - e) Sociedade em geral;
  - f) Produtor Rural / Pescador / Artesão.

**3.5 Planejamento e estratégia de comunicação:**

3.5.1 Compreende as atividades de análise, concepção e definição das ações de comunicação e publicidade que melhor atendam aos objetivos institucionais da contratante, sempre que demandado, incluindo, mas não se limitando, a:

3.5.2 Elaboração de planejamento estratégico de comunicação e planos de mídia.

3.5.3 Desenvolvimento de briefings, cronogramas e orçamentos estimativos.

3.5.4 Realização de pesquisas e análises de público-alvo, comportamento e mídia.

3.5.5 Definição de indicadores de desempenho (KPIs) e critérios de avaliação dos resultados das ações publicitárias.

3.5.6 Elaboração de relatórios de desempenho e de mensuração de resultados.

3.5.7 Planejamento de ações de comunicação integrada de natureza estritamente publicitária, incluindo a articulação das campanhas e peças previstas neste Termo de Referência com outras ações de comunicação do SEBRAE/AM.

3.5.8 Elaboração de plano publicitário, incluindo concepção das mensagens, marcas e peças e estudo dos meios e veículos que assegurem a melhor cobertura dos públicos ou mercados objetivados.

3.5.9 Elaboração de plano estratégico e plano de mídia, incluindo pesquisas, levantamento do perfil do público-alvo (target), análise de concorrência, estudos dos meios de publicidade e definição de estratégias de comunicação.

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

3.5.11 Identificação e análise de ideias, marcas, produtos ou serviços concorrentes.

3.5.12 Identificação e análise do mercado potencial onde o conceito, ideia, marca, produto ou serviço encontrem maior possibilidade de penetração junto ao público-alvo.

3.5.13 Planejamento e desenvolvimento de ações promocionais para divulgação de produtos, programas e projetos do SEBRAE/AM.

**3.6 Criação e desenvolvimento das peças publicitárias**

3.6.1 Compreende o conjunto de atividades destinadas à concepção e materialização de ideias, mensagens e peças de comunicação, observando os objetivos estratégicos, públicos-alvo e diretrizes institucionais da contratante, incluindo, dentre outros:

3.6.2 Desenvolvimento de peças publicitárias relacionadas às campanhas, incluindo direção de arte, criação e finalização dos materiais.

3.6.3 Elaboração de conceitos criativos, slogans, mensagens e roteiros publicitários.

3.6.4 Elaboração e desenvolvimento de marcas, expressões de propaganda, logotipos, símbolos, selos, ilustrações, estampas e demais elementos de

programação visual, bem como suporte no registro de sua propriedade pelo SEBRAE/AM.

3.6.5 Editoração, adequação de conteúdo e linguagem e revisão de publicações institucionais (cartilhas, revistas, jornais, catálogos, boletins, cadernos, folders, folhetos, dentre outros), desde que tais materiais se caracterizem como peças publicitárias ou instrumentos de divulgação institucional, sendo excluídas publicações de caráter jornalístico independente ou de assessoria de imprensa, nos termos do art. 2º, § 2º, da Lei nº 12.232/2010.

3.6.6 Criação e desenvolvimento de layouts, textos, identidades visuais e artes finais.

3.6.7 Produção de peças para mídias impressas, eletrônicas, digitais e exteriores (out-of-home).

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

3.6.8.1 A atuação da CONTRATADA em peças de identificação interna (placas de setores, banheiros, portas e similares) limita-se à concepção visual, editoração e fornecimento das peças prontas para instalação. A fabricação de estruturas permanentes e a instalação física das peças constituem atividade de infraestrutura predial, devendo ser objeto de contratação própria pela área competente do SEBRAE/AM, não integrando o escopo deste contrato.

3.6.8.2 A atuação da CONTRATADA em identidade de fachada limita-se à criação do projeto visual, especificações técnicas de aplicação de marca e supervisão da produção gráfica junto a fornecedores. Estão expressamente excluídas do objeto deste contrato a execução de obras civis, instalação de estruturas metálicas, pintura predial, iluminação embutida e quaisquer intervenções físicas na edificação, que devem ser objeto de processo licitatório próprio conduzido pela área de infraestrutura.

3.6.9 Criação de peças institucionais, temáticas, promocionais e de utilidade pública.

3.6.10 Criação de peças de comunicação visual para eventos, feiras e ações promocionais, sempre que demandado, sendo vedada expressamente a contratação de infraestrutura, montagem, logística ou qualquer operacionalização de eventos, que devem ser objeto de processo licitatório próprio (art. 3º, §1º, da Instrução Normativa SEBRAE nº 48/2023).

3.6.11 Redação publicitária das peças relacionadas às campanhas, incluindo revisão gramatical, ortográfica e de conteúdo.

3.6.12 Adaptação de campanhas existentes para novas versões, formatos e públicos.

3.6.13 Desenvolvimento de materiais acessíveis, em conformidade com a legislação vigente (audiodescrição, legendagem, LIBRAS, entre outros).

3.6.14 A agência contratada deverá garantir que a autoria intelectual, a curadoria criativa e a responsabilidade técnico-criativa sobre todas as campanhas e peças publicitárias sejam, em última instância, atribuídas a profissionais humanos, cabendo a estes a validação final dos materiais produzidos. É facultada a utilização de ferramentas de Inteligência Artificial (IA) em etapas de apoio à criação, planejamento e produção, desde que:

- a) não sejam utilizados conteúdos, bases de dados, insumos ou materiais em desacordo com a legislação aplicável, especialmente a Lei nº 9.610/1998 (Direitos Autorais) e a Lei nº 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais – LGPD), bem como com as políticas internas do SEBRAE/AM;
- b) sejam preservadas a originalidade, a autenticidade, a integridade comunicacional da marca e a adequação ética das mensagens; e
- c) sejam atendidas as diretrizes de comunicação institucional do SEBRAE/AM. O uso de IA não afasta a responsabilidade integral da agência contratada quanto a eventuais violações a direitos de terceiros ou a normas legais e regulamentares aplicáveis.

### **3.7 Execução e produção das ações publicitárias**

3.7.1 Compreende as atividades voltadas à operacionalização, supervisão e entrega das peças e campanhas publicitárias aprovadas pela contratante, incluindo, dentre outros:

3.7.2 Produção gráfica e audiovisual de materiais publicitários.

3.7.3 Contratação e coordenação de fornecedores especializados, quando necessário (fotografia, filmagem, locução, impressão, animação, dentre outros) para a produção e/ou execução de material.

3.7.4 Supervisão técnica e controle de qualidade na execução das campanhas.

3.7.5 Execução do plano de mídia, incluindo cotação, negociação e aquisição de espaços publicitários.

3.7.6 Acompanhamento, comprovação e relatório de veiculação das campanhas.

3.7.7 Gestão de cronogramas e prazos de execução das ações.

3.7.8 Adaptação e distribuição de campanhas em mídias regionais e segmentadas.

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

3.7.9.1 A CONTRATADA é obrigada a aceitar artes e peças publicitárias elaboradas por equipe interna do SEBRAE/AM ou por terceiros por ele indicados,

para fins de produção, impressão, acabamento e veiculação, não podendo recusar-se à execução sob alegação de não ter participado da criação. Sobre os custos de produção e veiculação dessas peças incidirão os honorários previstos nos quesitos "b" e "c" da proposta de preços, conforme gerem ou não desconto-padrão de veículo. Pequenos ajustes técnicos necessários à adequação das artes recebidas aos formatos exigidos pelos fornecedores e veículos são de responsabilidade da CONTRATADA, sem ônus adicional para o SEBRAE/AM. A CONTRATADA deverá comunicar formalmente ao SEBRAE/AM qualquer irregularidade técnica ou jurídica identificada na arte recebida antes do início da produção; após aprovação expressa do SEBRAE/AM mesmo após a comunicação, a responsabilidade pelo conteúdo é integralmente do SEBRAE/AM.

3.7.10 Execução do plano publicitário, incluindo orçamento, acompanhamento, realização, entrega final e instalação das peças publicitárias.

3.7.11 Produção das peças publicitárias, incluindo contratação de fornecedores especializados, quando necessário.

3.7.12 Compra, distribuição e controle da veiculação da publicidade nos veículos contratados.

3.7.13 Desenvolvimento e implementação de ações promocionais e campanhas institucionais.

3.7.14 Execução de projetos de comunicação visual para eventos, feiras e ações promocionais, sendo vedada expressamente a contratação de infraestrutura, montagem, logística ou qualquer operacionalização de eventos, que devem ser objeto de processo licitatório próprio (art. 3º, §1º, da Instrução Normativa SEBRAE nº 48/2023).

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

3.7.16 Controle das inserções publicitárias por meio de relatórios, com comprovação das veiculações.

3.7.17 Disponibilização de relatórios de comprovação de veiculação de mídia, quando disponíveis ou aplicáveis ao tipo de mídia utilizada, podendo tais relatórios ser emitidos por empresa independente de auditoria ou aferição de mídia, sempre que possível.

3.7.18 Disponibilização ao SEBRAE/AM dos arquivos abertos das peças produzidas no prazo máximo de 10 dias corridos após sua finalização.

**3.8 Serviços de apoio e gestão**

3.8.1 Englobam as atividades complementares e transversais de suporte à execução contratual, incluindo, dentre outros:

3.8.2 Participação em reuniões técnicas e apresentações de campanhas.

3.8.3 Participar de reuniões de briefing para alinhamento das informações, tantas quantas forem solicitadas e em local determinado pelo SEBRAE/AM.

3.8.4 Elaboração de atas de reuniões realizadas com o SEBRAE/AM, a serem encaminhadas em até 24 horas úteis após sua realização.

3.8.5 Gestão, organização e arquivamento do acervo de peças produzidas (físico e digital).

3.8.6 Adequação das ações às normas legais e éticas aplicáveis à publicidade e propaganda.

3.8.7 Garantia de direitos autorais e de uso de imagem relativos às peças produzidas.

3.8.8 Suporte técnico em comunicação publicitária, quando previsto em plano aprovado.

**3.9 Demais serviços a serem prestados pela licitante:**

3.9.1 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.

3.9.2 Criação e manutenção de banco de imagens, com as fotos e imagens produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

3.9.3 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.

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

3.9.5 O produto final decorrente da execução do objeto desta licitação será de propriedade do SEBRAE/AM, ficando desde já ajustada a cessão, pela agência contratada, dos direitos patrimoniais de autor sobre as obras e criações publicitárias desenvolvidas, em caráter total, exclusivo, irrevogável e por prazo indeterminado, para todos os territórios e meios de veiculação atuais ou futuros, nos limites da legislação aplicável, sem prejuízo da manutenção dos direitos morais do autor, que são inalienáveis. É vedada à contratada a divulgação, reutilização ou exploração das peças publicitárias produzidas sem autorização expressa do SEBRAE/AM, sob pena de aplicação das sanções cabíveis.

**3.10 Definição das características, especificações, especificidades do objeto contratual e escopo operacional dos trabalhos:**

- 3.10.1 A agência 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:
- 3.10.2 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.
- 3.10.3 Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado onde o conceito, ideia, marca, produto ou serviço encontre maior possibilidade de penetração.
- 3.10.4 Planejamento, criação e implantação de campanhas de comunicação do SEBRAE/AM, visando o posicionamento da marca, lançamento e divulgação de produtos e serviços.
- 3.10.5 Execução de serviços de editoração tais como: Revista, Jornais, Folders, Informativos, Infográficos, livros, cadernos, entre outros.
- 3.10.6 Criação, produção e finalização de ilustração para fins editoriais.
- 3.10.7 Criação e produção de manuais de identidade visual.
- 3.10.8 Aquisição de fotos de bancos de imagem.
- 3.10.9 Planejamento, produção, seleção, curadoria e tratamento de fotos publicitárias para todas as finalidades de comunicação institucional, comercial e mercadológica do SEBRAE/AM.
- 3.10.10 Contratação de personalidades, atores, modelos, músicos e outros personagens e artistas para ações de comunicação, excluída a contratação de influenciadores digitais, que deverá ser objeto de processo licitatório próprio ou contrato específico de mídia digital.

- 3.10.11 Apoio na criação e produção de conteúdo para fins educacionais, institucionais, comerciais ou mercadológicos para o SEBRAE/AM.
- 3.10.12 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).
- 3.10.13 O plano publicitário deverá ser apresentado e validado pelo SEBRAE/AM, antes de sua implementação.
- 3.10.14 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.
- 3.10.15 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.
- 3.10.16 Redação publicitária para as peças relacionadas às campanhas.
- 3.10.17 Revisão de texto, gramatical e ortográfica, incluindo tradução para diferentes idiomas, conforme solicitação.
- 3.10.18 Atendimento pela equipe de mídia e produção de todos os veículos e fornecedores que desejarem apresentar propostas ao SEBRAE/AM, sejam de pequeno, médio ou grande porte.
- 3.10.19 É de responsabilidade da contratada buscar as autorizações de uso de imagem para as campanhas desenvolvidas para a instituição.
- 3.10.20 Seguir tabelas de prazos de criação estipulados pelo SEBRAE/AM para a execução dos trabalhos.
- 3.10.21 Pequenos tratamentos de imagens ou retoques em artes devem ser realizados sem cobrança extra, não podendo ser terceirizados.
- 3.10.22 Assegurar as devidas autorizações para todos os trabalhos desenvolvidos para o SEBRAE/AM que envolvam direitos de imagem, som, voz (atores, modelos e empresários que venham a dar depoimentos testemunhais).
- 3.10.23 A agência 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.

- 3.10.24 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.
- 3.10.25 Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos para os direitos autorais, imagem, som, voz (atores e modelos), obras de arte e outros nos casos de utilização e reutilização em peças publicitárias pelo SEBRAE/AM, limitados a 100% do valor original corrigido monetariamente segundo a variação do IGPM/FGV.
- 3.10.26 Obter aprovação prévia do SEBRAE/AM, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este instrumento, ressaltando-se que a contratada permanecerá com todas as suas responsabilidades contratuais perante o SEBRAE/AM.
- 3.10.27 Orientar e supervisionar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pelo SEBRAE/AM.
- 3.10.28 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.
- 3.10.29 Providenciar, sempre que necessário, o registro de marcas, expressões de propaganda, logotipos e de outros elementos visuais.
- 3.10.30 Todas as ações de comunicação e publicidade desenvolvidas pela contratada deverão **observar rigorosamente as diretrizes contidas no Brandbook (Manual de Uso da Marca) do SEBRAE**, documento que estabelece os padrões de identidade visual, verbal, sonoro e conceitual da marca.
- 3.10.31 A contratada deverá assegurar que todas as peças, materiais e conteúdos produzidos estejam em **conformidade com as normas de aplicação da marca**, incluindo o logotipo, tipografia, paleta de cores, tom de voz, linguagem e demais elementos de identidade institucional.
- 3.10.32 Qualquer material que não atenda às referidas diretrizes poderá ser rejeitado pela fiscalização contratual, devendo ser **corrigido ou substituído sem ônus adicional** para o SEBRAE.

**3.11 Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados ao SEBRAE/AM:**

- 3.11.1** Fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores.
- 3.11.2** Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.
- 3.11.3** 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.
- 3.11.4** A cotação deverá ser apresentada em papel timbrado ou cópia de e-mail, assinado pelo representante legal da empresa, e com as seguintes identificações do fornecedor: Razão Social, CNPJ, Inscrição Estadual, Inscrição Municipal, Endereço Completo, Telefone da Empresa.
- 3.11.5** Todas as contratações de serviços e 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.
- 3.11.6** Se não houver possibilidade de obter 3 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão da SEBRAE/AM.
- 3.11.7** Todas as atividades acima mencionadas deverão observar as disposições da Lei nº 12.232/2010, da Lei nº 4.680/1965, da Lei nº 9.610/1998, do Regulamento de Licitações e Contratos do Sistema Sebrae (Resolução CDN nº 641/2026), bem como das normas do Conselho Executivo de Normas-Padrão (CENP), do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária (CONAR) e demais legislações correlatas, assegurando a legalidade, a eficiência e a economicidade na execução contratual.

**4. DA EXECUÇÃO**

- 4.1** A agência deve atuar de acordo com a solicitação do SEBRAE/AM, por intermédio da **Unidade de Gestão Comercial e Eventos**, que emitirá a ordem de serviço por meio dos instrumentos e/ou sistemas adotados pelo SEBRAE/AM;
- 4.2** Os serviços serão executados sob demanda, conforme necessidade do SEBRAE/AM, observadas as condições, quantidades e exigências estabelecidas neste Termo de Referência e em seus anexos.

- 4.3A Unidade de Gestão Comercial e Eventos do SEBRAE/AM será responsável pela aprovação prévia das demandas e serviços solicitados, antes da execução final, determinando a produção e a veiculação das peças publicitárias.
- 4.4A abrangência da prestação dos serviços será estadual (Estado do Amazonas), podendo, em ações específicas, ter abrangência nacional.
- 4.5Os serviços executados em municípios do Estado do Amazonas fora da capital Manaus deverão ter seus custos de deslocamento (passagens aéreas ou fluviais, diárias e ajuda de custo) discriminados como item específico no orçamento da respectiva Ordem de Serviço, sujeitos à aprovação prévia do SEBRAE/AM antes da execução. Não será admitida a inclusão de custos de deslocamento de forma genérica ou global no valor da OS. Os valores efetivamente incorridos deverão ser comprovados por documentação fiscal e, em localidades sem infraestrutura fiscal adequada, por declaração da CONTRATADA com a indicação do meio de transporte utilizado e do custo real, devidamente ratificada pelo gestor do contrato, sendo tais valores anexados à nota fiscal correspondente para fins de liquidação.
- 4.6A agência contratada não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços previstos neste Termo de Referência, sendo admitida, em caráter excepcional, a subcontratação de atividades acessórias ou complementares, desde que previamente autorizada pelo SEBRAE/AM, permanecendo vedada a subcontratação das atividades essenciais relacionadas ao objeto contratual.
- 4.7Assim, considera-se de responsabilidade da empresa a ser contratada o gerenciamento do contrato, o gerenciamento de pessoal, o controle das atividades desenvolvidas pelos profissionais, o treinamento e capacitação de pessoal e o gerenciamento de contingência para manutenção ininterrupta dos serviços. Bem como será de sua responsabilidade eventuais danos causados ao Sebrae/AM ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo na execução dos serviços e 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, devendo adotar as providências que, a respeito, exigir a legislação em vigor.
- 4.8A execução dos serviços objeto deste Termo de Referência observará, nos casos de campanhas e/ou quando aplicável, o seguinte fluxo operacional:
- I. Identificação da demanda pelo SEBRAE/AM;

- II. Realização de briefing, quando necessário, a ser conduzido pela unidade de Gestão Comercial e Eventos do SEBRAE/AM, com a participação da CONTRATADA, para definição dos objetivos, público-alvo, escopo, prazos e demais informações necessárias ao adequado desenvolvimento da solução;
- III. Formalização da solicitação à CONTRATADA, por meio dos instrumentos e/ou sistemas adotados pelo SEBRAE/AM;
- IV. Elaboração, pela CONTRATADA, de proposta técnica, plano de mídia e orçamentário, incluindo, quando aplicável, a realização de cotações e a apresentação de memória de cálculo dos custos envolvidos;
- V. Análise e aprovação, pelo SEBRAE/AM, da proposta apresentada, podendo ser solicitados ajustes, sempre que necessário;
- VI. Emissão da respectiva Ordem de Serviço (OS), pelo SEBRAE/AM, autorizando a CONTRATADA a dar início a execução dos serviços;
- VII. Execução dos serviços pela CONTRATADA, conforme condições aprovadas e respeitando os prazos negociados na etapa de briefing, não ultrapassando prazos sugeridos neste termo de referência;
- VIII. Cada peça desenvolvida na etapa de criação deve ser analisada e aprovada pelo SEBRAE/AM, podendo ser solicitados ajustes, sempre que necessário.
- IX. Com a realização do serviço, a CONTRATADA deve apresentar relatórios, comprovações e demais evidências da execução dos serviços; Além de reunir todos os documentos solicitados descritos neste Termo de Referência, para a etapa de pagamento do serviço.
- X. Realização do pagamento, conforme condições contratuais e mediante validação das entregas pelo SEBRAE/AM.

## **5. DO PRAZO DE EXECUÇÃO**

### **5.1 DOS PRAZOS**

5.1.1 Os prazos têm como ponto de partida a solicitação e/ou o envio da ordem de serviço 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 do SEBRAE/AM.

5.1.2 O atendimento ao SEBRAE/AM deverá ser imediato (em até 60

minutos) após a solicitação dos serviços, e os prazos para realização desses serviços deverão seguir orientações do SEBRAE/AM.

- 5.1.3 Os prazos de criação e entrega das campanhas ou peças avulsas de comunicação, serão negociados em reunião de briefing, de acordo com as necessidades do SEBRAE/AM, não podendo ultrapassar os prazos limites sugeridos no quadro abaixo:

| ITEM                                                                                                                         | PRAZO<br>(DIAS ÚTEIS) |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| Criação, finalização e entrega de campanhas publicitárias e planos de mídia.                                                 | Até 7 dias úteis      |
| Campanha com mais de 3 peças                                                                                                 | Até 7 dias úteis      |
| Campanha com menos de 3 peças                                                                                                | Até 4 dias úteis      |
| Planejamento de mídia                                                                                                        | Até 4 dias úteis      |
| Plano Publicitário                                                                                                           | Até 10 dias úteis     |
| Peça avulsa                                                                                                                  | Até 2 dias úteis      |
| Jingle                                                                                                                       | Até 3 dias úteis      |
| Roteiro de spot de até 30" para rádio ou 60" para carro de som                                                               | Até 3 dias úteis      |
| Roteiro para VT com captação de imagens e/ou depoimentos ou de tempo superior a 30 segundos                                  | Até 10 dias úteis     |
| VT cartela                                                                                                                   | Até 3 dias úteis      |
| Produção eletrônica com duração entre 30 e 60 segundos.                                                                      | Até 5 dias úteis      |
| Produção eletrônica com duração acima de 60 segundos.                                                                        | Até 7 dias úteis      |
| Produção e entrega de peças publicitárias gráficas.                                                                          | Até 5 dias úteis      |
| Produção gráfica simples.                                                                                                    | Até 3 dias úteis      |
| Produção gráfica complexa.                                                                                                   | Até 10 dias úteis     |
| Editoração gráfica simples.                                                                                                  | Até 5 dias úteis      |
| Peças de oportunidades                                                                                                       | Até 2 dias úteis      |
| Criação de naming, marcas, logotipos, símbolos, ilustrações, estampas e outros elementos de programação e identidade visual. | Até 7 dias úteis      |

## **6. DA FORMA DE ENTREGA DE MÍDIA NA VIGÊNCIA CONTRATUAL**

- 6.1A CONTRATADA deverá encaminhar, a cada 6 (seis) meses de vigência do Contrato, e, em seus eventuais aditamentos, TODAS as peças produzidas no âmbito deste contrato, aprovadas pela CONTRATANTE, sem ônus adicional para esta, independentemente do formato, meio ou plataforma de veiculação, incluindo, mas não se limitando, as seguintes cópias de peças produzidas:

- 6.1.1 TV e Cinema: cópias em arquivos digitais;
- 6.1.2 Rádio: cópias em arquivos digitais;
- 6.1.3 Mídia impressa e material publicitário: cópias com arquivos digitais em alta resolução, finalizados.
- 6.2 As peças deverão ser agrupadas e entregues em sistema de armazenamento físico (Ex: HD externo) ou em nuvem (Ex: Google Drive).
- 6.3 Os arquivos contendo as cópias das peças produzidas deverão ser apresentados nos formatos definidos pela CONTRATANTE.
- 6.4 Caso as mídias indicadas se tornem tecnologicamente obsoletas, a CONTRATANTE indicará mídia substituta para envio da cópia das peças produzidas.
- 6.5 Disponibilizar à CONTRATANTE informações que forem solicitadas a respeito da mídia utilizada.
- 6.6 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).
- 6.7 A contratada deve manter um arquivo portfólio e disponibilizar, sempre que for solicitada, todos os materiais arquivos em produção ou já produzidos.

## **7. JUSTIFICATIVA PARA O CRITÉRIO DE TÉCNICA E PREÇO**

- 7.1 A escolha do critério de Técnica e Preço fundamenta-se no entendimento de que os serviços objeto desta contratação não se caracterizam como serviços comuns ou padronizados, mas sim como serviços técnicos especializados, cuja qualidade impacta diretamente a imagem institucional, a comunicação estratégica e a efetividade das ações do Sebrae Amazonas.
- 7.2 Nesse contexto, a adoção exclusiva do critério de menor preço poderia comprometer a qualidade das entregas, a continuidade dos serviços, a padronização institucional e a capacidade de atendimento às demandas simultâneas e descentralizadas, especialmente nos municípios do interior do Estado.

**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                            |
|-----------------------------------------------------------|----------------------------------------|
| <b>1. Plano de Comunicação Publicitária</b>               | Raciocínio Básico                      |
|                                                           | Estratégia de Comunicação Publicitária |
|                                                           | Ideia Criativa                         |
|                                                           | Estratégia de Mídia e Não Mídia        |
| <b>2. Capacidade de Atendimento</b>                       |                                        |
| <b>3. Repertório</b>                                      |                                        |
| <b>4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b> |                                        |

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/m<sup>2</sup>, 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/m<sup>2</sup>, ambas em branco;
- 8.2.1.10 Em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda, sem a inclusão das peças integrantes do subquesto **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:
- 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'.
- 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:
- a) Não poderão ser apresentados em cores;
  - b) Poderão ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados pelos programas que geram estas tabelas, gráficos e planilhas;
  - c) Terão que obedecer a formatação de margem disposta no subitem 8.2.1.2 e 8.2.1.3;

- d) Ser apresentados em papel A4 ou A3 dobrado;
- e) Quando impressos na orientação paisagem, tanto para o formato A4 ou A3 dobrado, deverão ter sua numeração no final da página e à direita, obedecendo a orientação do papel;
- f) As planilhas emitidas para simulação do plano de mídia não poderão apresentar o número automático da 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 8.3.4 (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

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

8.3.2 **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;

8.3.3 **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.

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

8.3.4.1 Apresentar relação de todas as peças que julgar necessárias para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no subitem 8.3.3. Estratégia de Comunicação Publicitária, com comentários sucintos e objetivos sobre cada peça e ou material.

8.3.4.2. Da relação prevista no subitem 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.

8.3.4.3. Os comentários mencionados no subitem 8.3.4.1 do item 8.3.4. 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.

**8.3.5** Os exemplos de peças que o subitem **8.3.4.2. Ideia Criativa:**

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

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

**8.3.7.** 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).

**8.3.8** 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.

8.3.9. 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 8.3.8.

8.3.10 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/m<sup>2</sup> a 300g/m<sup>2</sup>.

8.3.11 As peças gráficas deverão ser impressas em papel A4 ou A3 (dobrado) com até 120gr/m<sup>2</sup>, ambas em branco, em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, observado o disposto no subitem 8.2.5.

8.3.12 Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 8.3.5, 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 8.3.

**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 I deste Termo de referência), 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 8.3.4.1. **Ideia Criativa** deverão 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.

IV Não é permitido o uso de ferramentas que incluam leilão de veiculação.

V Todos os veículos inclusos no Plano de Mídia/Distribuição devem ter tabela fixa verificável.

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

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

#### **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 mencionado no subitem anterior 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 meio 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 EQUIPE TÉCNICA MÍNIMA E QUALIFICAÇÃO DA EQUIPE**

8.5.5.1 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                                                                | QTD        | QUALIFICAÇÃO ACADÊMICA                                                                                                                                       | EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL                                                    | ATRIBUIÇÕES                                                                                                       |
|----------|-----------------------------------------------------------------------|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>A</b> | <b>Gerente de Conta ou de Atendimento</b><br>(exclusivo para a conta) | 01<br>(um) | Superior completo em Comunicação Social (qualquer habilitação) ou Propaganda e Marketing ou Administração de Empresas ou áreas correlacionadas ao Marketing. | Atuação como Gerente de Atendimento em empresas de comunicação e propaganda | Gestão da conta, sendo o responsável pelo relacionamento estratégico com o SEBRAE/AM, no dia a dia dos trabalhos. |
| <b>B</b> | <b>Diretor de Criação</b>                                             |            | Superior completo em Comunicação Social (qualquer                                                                                                            | Ter atuado como diretor de criação em empresas de comunicação e             | Coordenar a criação e desenvolvimento de campanhas e                                                              |

|          |                                             |             |                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                |                                                                                                                                                                      |
|----------|---------------------------------------------|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          |                                             | 01<br>(um)  | habilitação) ou<br>Propaganda e<br>Marketing, ou<br>Design.                                                                                                                             | propaganda.                                                                                                                    | materiais de<br>comunicação.                                                                                                                                         |
| <b>C</b> | <b>Diretor de Arte</b>                      | 01<br>(um)  | Superior completo em<br>Comunicação Social (qualquer<br>habilitação) ou<br>Propaganda e<br>Marketing ou<br>áreas correlacionadas<br>ao Marketing ou<br>Design ou<br>Desenho Industrial. | Ter atuado como<br>diretor de arte<br>em empresas de<br>comunicação e<br>propaganda.                                           | Responsável<br>pela criação do<br>layout das<br>campanhas e<br>materiais de<br>comunicação                                                                           |
| <b>D</b> | <b>Gerente de Mídia</b>                     | 01<br>(um)  | Superior completo em<br>Comunicação Social (qualquer<br>habilitação) ou<br>Propaganda e<br>Marketing ou<br>Administração de<br>Empresas ou<br>áreas correlacionadas<br>ao Marketing.    | Atuação como<br>coordenador de<br>mídia em<br>empresas de<br>comunicação ou<br>propaganda ou<br>nos veículos de<br>propaganda. | Planejar,<br>desenvolver,<br>orçar, negociar,<br>coordenar e<br>executar toda<br>mídia a ser<br>utilizada nas<br>campanhas.                                          |
| <b>E</b> | <b>Designer Gráfico</b>                     | 2<br>(dois) | Superior completo em<br>Propaganda e<br>Marketing ou<br>áreas correlacionadas<br>ao Marketing ou<br>Design ou<br>Desenho Industrial                                                     | Atuação como<br>arte finalista em<br>empresas de<br>comunicação ou<br>propaganda.                                              | Concepção,<br>criação, design e<br>layout de peças<br>gráficas e<br>digitais,<br>anúncios e<br>materiais de<br>comunicação.                                          |
| <b>F</b> | <b>Profissional de<br/>Produção Gráfica</b> | 01<br>(um)  | Ensino Médio e<br>Curso Técnico<br>especializado em<br>Produção Gráfica                                                                                                                 | Ter atuado como<br>Coordenador de<br>Produção<br>Gráfica em<br>empresas de<br>comunicação ou<br>propaganda.                    | Orçar, negociar,<br>coordenar e<br>executar toda<br>produção dos<br>materiais e<br>peças criadas<br>pela agência.<br>Supervisionar<br>diretamente os<br>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. |
|--|--|--|--|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

- 8.5.5.2 As funções descritas na tabela acima constituem formação da equipe básica mínima necessária para o projeto, constituindo dever da contratada, no entanto, dimensionar o aumento da equipe, caso necessário, para a perfeita execução dos serviços contratados. O número mínimo de funções não poderá ser reduzido.
- 8.5.5.3 A empresa deverá manter equipe técnica habilitada, composta por profissionais qualificados aptos a serem acionados conforme a complexidade, o porte ou a simultaneidade das demandas, garantindo capacidade de atendimento integral às ações do Sebrae/AM.
- 8.5.5.4 A comprovação da experiência de todos os profissionais dar-se-á por meio da apresentação de currículo detalhado e cópias de declarações emitidas por empresas em que o profissional atuou ou registros na carteira de trabalho ou contrato de prestação de serviços, ou termo de contratação futura, referente às atividades a serem executadas neste instrumento (a referida documentação deve constar no envelope de habilitação).
- 8.5.5.5 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 o curso completo, sejam eles bacharelado ou tecnológico, reconhecidos pelo Ministério da Educação (MEC) 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 técnico 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.

8.5.5.6 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.

#### **8.6 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 integrar o caderno específico previsto no subitem 8.6.1. 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 8.3.
- 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.

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 8.7.2., ou se um dos Relatos não atender aos critérios deste Termo de Referência, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de Relatos apresentados. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima.

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 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:

- a) 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.
- b) 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, preferencialmente empregados do Sistema SEBRAE com formação ou atuação na área de publicidade ou comunicação, sendo facultada a inclusão complementar de profissionais externos de notório saber sem vínculo com o SEBRAE, nos termos do art. 12, §§ 1º e 2º da Instrução Normativa SEBRAE nº 48/2023; membros que mantenham qualquer relação com as empresas licitantes deverão se declarar impedidos e serão substituídos (art. 12, § 3º); a Subcomissão deverá buscar consenso nas notas atribuídas e, quando inatingido, registrar em ata os itens e razões de discordância (art. 12, § 4º), que analisarão a **PROPOSTA TÉCNICA** das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Termo de referência 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 |
|-------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|------------------|
| <b>Plano de Comunicação Publicitária</b><br>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        |
| <b>TOTAL</b>                                                            |                                                 | <b>48 PONTOS</b> |
| <b>Conjunto de Informações Técnicas</b><br>12 (doze pontos)             | Capacidade de Atendimento                       | 04 pontos        |
|                                                                         | Repertório                                      | 04 pontos        |
|                                                                         | Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação | 04 pontos        |
|                                                                         | <b>TOTAL</b>                                    | <b>12 PONTOS</b> |
| <b>PONTUAÇÃO MÁXIMA DA PROPOSTA TÉCNICA</b>                             |                                                 | <b>60 PONTOS</b> |

**9.4 DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - 48 (QUARENTA E OITO) PONTOS:**

**9.4.1 RACIOCÍNIO BÁSICO - A ACUIDADE DE COMPREENSÃO – 5 (CINCO) PONTOS**

- 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**;
- Conhecimento sobre o papel do **SEBRAE/AM** no atual contexto social, político e econômico: **1,0 (um) ponto**;
- Conhecimento sobre a extensão, a qualidade e as formas do relacionamento do **SEBRAE/AM** com seus públicos: **1,0 (um) ponto**;
- 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 adequação do partido temático proposto à natureza e à qualificação do **SEBRAE/AM** e o seu problema específico de comunicação: **4,0 (quatro) pontos**;
- A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa: **4,0 (quatro) pontos**;
- 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.**

**9.8 CONJUNTO DE INFORMAÇÕES TÉCNICAS – 12 (DOZE PONTOS)****9.8.1 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;**

**9.8.2 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**

**9.8.3 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.**

9.9A 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.

9.10 Será desclassificada a Proposta que:

- a) Não atender às exigências do presente Termo 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.

9.11 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.

**9.12** 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.

**9.13** 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 uso corrente, 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                   |
|----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
| QUESTITOS AVALIADOS                    | 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%: $N = 0,0$<br>Desconto superior a 0%: $N = 0,3 \times \text{Desconto concedido pela licitante}$                      | <b>27 pontos</b>            |
|                                        | 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%: $N = 0,0$<br>Honorários inferiores a 15%: $N = 0,7 \times (15\% - \text{Honorários cobrados})$    | <b>07 pontos</b>            |
|                                        | 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%: $N = 0,0$<br>Honorários inferiores a 15%:<br>$N = 0,6 \times (15\% - \text{Honorários cobrados})$ | <b>06 pontos</b>            |
| PONTUAÇÃO MÁXIMA DA PROPOSTA DE PREÇOS |                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                          | <b>40 (quarenta) PONTOS</b> |

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:

**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?

**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?**

**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 11.3, 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. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

12.1 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. VALOR ESTIMADO DA CONTRATAÇÃO

13.1 O valor global estimado para 12 (doze) meses das despesas com os serviços objeto da presente licitação é de **R\$ 4.000.000,00 (quatro milhões de reais)**.

13.1.1 O valor estimado fundamenta-se no histórico de despesas publicitárias do SEBRAE/AM nos últimos 24 (vinte e quatro) meses, em pesquisa de preços realizada com base em contratos similares de outras Unidades do Sistema S (conforme art. 4º, III, da Instrução Normativa SEBRAE nº 36/2024), e no Plano

Anual de Comunicação do SEBRAE/AM, prevendo-se a execução de campanhas com intensidade média ao longo do período contratual. Os parâmetros de custo unitário utilizados encontram-se detalhados no Mapa de Preços e na memória de cálculo anexos ao processo administrativo.

13.1.2 O montante estipulado constitui-se de mera expectativa, não estando o SEBRAE/AM obrigado a realizar despesas correspondentes a totalidade do valor global estimado para contratação dos serviços, podendo ser revisto, para mais ou para menos, em casos de alteração da política econômica e/ou revisão no orçamento do SEBRAE/AM e seus projetos.

13.2 Caberá a agência contratada o valor mínimo de serviços correspondente a 15% (quinze por cento) da verba efetivamente utilizada pelo SEBRAE/AM para o período de 12 (doze) meses, contados a partir da data de assinatura do contrato.

13.3 A garantia de cota mínima individual prevista para a contratada será mantida na hipótese de prorrogação do contrato, podendo ser reavaliada a critério exclusivo do SEBRAE/AM.

13.4 O valor dos serviços a serem prestados será orçado pela contratada em cada caso, em função dos custos respectivos, obedecendo-se, rigorosamente, sob pena de responsabilidade, sua compatibilidade com os preços de mercado, e deverão ser submetidos a aprovação do SEBRAE/AM. Todas as demandas solicitadas para a Agência a ser contratada deverão ser cotadas com, no mínimo, 03 (três) fornecedores. A cada processo de cotação de preços para contratação, o SEBRAE/AM reserva-se o direito de efetuar novas cotações, visando à obtenção de proposta mais vantajosa para a Administração.

#### **14. FORMA DE PAGAMENTO**

14.1 O pagamento decorrente do cumprimento do objeto contratual, será efetuado em parcela única e efetuado em até 30 (trinta) dias após, devidamente atestado pela Unidade demandante, protocolada e analisada pela Unidade de Controladoria, Contabilidade e Finanças – UCOF;

14.2 Para fins de pagamento dos serviços intermediados pela CONTRATADA, as Notas Fiscais de Serviços Eletrônicas – NFS-e referentes aos serviços executados por veículos de divulgação e fornecedores especializados serão emitidas diretamente em nome do SEBRAE/AM, sempre que a CONTRATADA atuar por conta e ordem da CONTRATANTE, nos termos

do art. 20 da Instrução Normativa SEBRAE nº 48/2023 e do art. 9º, § 2º, da Portaria SUBREC/SEMEF nº 3/2026, ou de outra norma municipal que venha a substituí-la, não compoendo tais valores a base de cálculo do serviço de agenciamento previsto no subitem 10.08 da lista de serviços do ISSQN.

14.2.1A CONTRATADA emitirá NFS-e própria em nome do SEBRAE/AM, observando integralmente o rito procedimental, obrigações acessórias, requisitos de emissão e demais disposições previstas na Portaria SUBREC/SEMEF nº 3/2026, ou em norma superveniente que venha a substituí-la ou regulamentá-la, discriminando, de forma segregada:

14.2.1.1 Os serviços de agenciamento efetivamente prestados e respectivos honorários, comissões ou remunerações;

14.2.1.2 Os valores correspondentes aos fornecedores terceirizados e veículos contratados;

14.2.1.3 A relação de todos os fornecedores terceirizados envolvidos, com indicação dos respectivos valores e números das NFS-e correspondentes, observando o disposto no art. 9º, incisos I a III, da Portaria SUBREC/SEMEF nº 3/2026.

14.2.2 Na hipótese de coexistirem serviços enquadrados nos subitens 10.08 e 17.06 da lista de serviços, a CONTRATADA deverá apurar as bases de cálculo de forma distinta e emitir NFS-e separadas, na forma do art. 9º, § 1º, da Portaria SUBREC/SEMEF nº 3/2026, ou de norma municipal superveniente aplicável.

14.2.3 A apresentação da NFS-e da CONTRATADA ficará vinculada às notas fiscais originais dos fornecedores e veículos, bem como aos documentos comprobatórios da efetiva execução dos serviços, para fins de liquidação e pagamento pelo SEBRAE/AM diretamente à agência contratada, deduzidas as retenções tributárias cabíveis na proporção das receitas de cada beneficiário, inclusive ISSQN retido na fonte, quando aplicável, nos termos do art. 9º, § 3º, da Portaria SUBREC/SEMEF nº 3/2026, ou de norma posterior que venha a disciplinar a matéria.

14.2.4 A CONTRATADA permanecerá responsável pelo repasse integral dos valores

devidos aos fornecedores terceirizados e veículos de divulgação, bem como pela apresentação de todas as NFS-e emitidas pelos respectivos prestadores, em conformidade com o Acórdão 699/2022-TCU-Plenário e com o art. 20, §§ 1º a 4º, da Instrução Normativa SEBRAE nº 48/2023. Para fins de comprovação da execução contratual e como condição indispensável para a autorização do pagamento, a CONTRATADA deverá apresentar, juntamente com a Nota Fiscal, Relatório de Execução dos Serviços Prestados, contendo, no mínimo, a descrição detalhada das atividades realizadas, período de execução, profissionais envolvidos, registros comprobatórios e demais informações necessárias à verificação da conformidade com o objeto contratado.

14.3 O relatório de que trata o item anterior será submetido à análise, validação e atesto da Unidade Demandante, podendo ser solicitados esclarecimentos, ajustes ou complementações, hipótese em que o prazo para pagamento somente terá início após o aceite definitivo da execução.

14.4 A Nota Fiscal correspondente à execução do objeto contratado deverá ser emitida e entregue até o dia 20 de cada mês (se o dia 20 cair no final de semana ou feriado, deverá antecipar a entrega);

14.5 A data limite e prazo final inclui as datas para emissão/recebimento da Nota Fiscal e evidências pela Unidade Demandante e entrega do Processo de Pagamento completo na Unidade de Controladoria, Contabilidade e Finanças - UCOF que ocorre até o dia 20 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 Controladoria, Contabilidade e Finanças – UCOF e Normativos Internos e não serão aceitas Notas Fiscais avulsas, ou seja, sem acompanhamento das devidas comprovações e atestos.

14.6 A emissão da Nota Fiscal deverá obedecer ao regime de competência em conformidade com o prazo de execução da prestação do serviço, constante no instrumento Contratual.

14.7 A Contratada deverá encaminhar ao **SEBRAE/AM**, em conjunto com a

nota fiscal as seguintes certidões atualizadas:

- a) Certidão negativa conjunta de débitos relativos aos tributos Federais e à dívida ativa da União;
- b) Certidão negativa de débitos tributários estadual;
- c) Certidão negativa de débitos tributários Municipal;
- d) Certificado de regularidade do FGTS – CRF;
- e) Certidão negativa de débitos trabalhistas – CNDT.

14.8 Caso a **Contratada** seja optante pelo Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte – SIMPLES, deverá apresentar, juntamente com a nota fiscal, a devida comprovação, a fim de evitar a retenção na fonte dos tributos e contribuições, conforme legislação em vigor.

14.9 A **Contratada** apresentará a nota fiscal, para liquidação e pagamento de acordo com os prazos e as datas estabelecidas no calendário de pagamentos do **SEBRAE/AM**. O crédito será efetuado em conta bancária de titularidade da **Contratada** conforme apresentação de suas notas fiscais devidamente atestadas e aceitas.

14.10 Não se admitirá o pagamento antecipado sob qualquer pretexto;

14.11 Para liquidação dos valores será ainda observado o que segue:

14.11.1 **SEBRAE/AM** poderá condicionar o pagamento referente a nota fiscal e/ou recibo da prestação dos contratos que envolvam **locação de mão de obra**, a apresentação dos comprovantes de pagamento e Guias de INSS, FGTS, Folha de Pagamento, além de pagamento das verbas rescisórias dos colaboradores, a fim de garantir cumprimento dos direitos trabalhistas por parte da **Contratada** e/ou garantia da continuidade do vínculo empregatício com a **Contratada**;

14.11.2 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;

14.11.3 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;

14.11.4 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;

## **15. OBRIGAÇÕES DAS PARTES**

### **I. do Sebrae/AM:**

- a) prestar à CONTRATADA todas as informações necessárias à execução dos serviços;
- b) conferir os serviços prestados e a nota fiscal, observando a presença de informações necessárias e respectivos valores;
- c) efetuar os pagamentos após a aprovação da execução do serviço, na forma prevista neste instrumento;
- d) emitir, por e-mail, comunicados de inconformidade à CONTRATADA, quando não cumpridas as condições estabelecidas expressamente neste instrumento;
- e) notificar a CONTRATADA, formal e tempestivamente, quando observadas irregularidades no cumprimento do contrato ou, ainda, quando os comunicados de inconformidade mencionados na alínea anterior não surtirem efeito.

### **II. da CONTRATADA:**

- a) atender às solicitações do Sebrae/AM, realizando os trabalhos com alto nível de profissionalismo;

- b) executar o objeto do contrato em estrita conformidade com as disposições constantes no edital;
- c) responsabilizar-se integralmente por todo e qualquer dano, prejuízo ou ofensa que, de forma direta ou indireta, possa resultar ao Sebrae/AM ou a terceiros, decorrentes dos serviços prestados pela CONTRATADA, por meio de seus empregados, prepostos ou terceiros, independentemente de culpa, dolo, imperícia ou negligência, exceto em casos fortuitos ou de força maior previstos no Código Civil Brasileiro, ficando o Sebrae/AM, de qualquer forma, isento de toda e qualquer reclamação ou ressarcimento;
- d) arcar com todos os encargos decorrentes da presente contratação, especialmente os referentes a tributos, encargos sociais, contribuições para a Previdência Social, e demais despesas diretas ou indiretas;
- e) informar ao Sebrae/AM a ocorrência de fatos que possam interferir, direta ou indiretamente, na regularidade do contrato;
- f) manter-se, durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na contratação;
- g) preencher adequadamente o Portal do Fornecedor do Sebrae/AM com todas as certidões de regularidade fiscal necessárias;
- h) comunicar ao Sebrae/AM, por escrito, qualquer irregularidade na execução deste contrato;
- i) apresentar as notas fiscais, contendo a descrição clara dos serviços prestados, dentro dos parâmetros estabelecidos pelo Sebrae/AM;
- j) manter no estado do Amazonas, durante toda a vigência deste contrato, estabelecimento para atender o Sebrae/AM, com

poderes de decisão, infraestrutura e equipamentos necessários a prestação dos serviços;

- k) prestar os esclarecimentos julgados necessários, bem como informar e manter atualizado(s) o(s) número(s) de telefone, endereço eletrônico (e-mail) e o nome da pessoa autorizada para contatos;
- l) manter preposto para representá-la na execução do contrato, competindo-lhe realizar os procedimentos operacionais demandados;
- m) responsabilizar-se, em caráter irretratável e irrevogável, por quaisquer reclamações trabalhistas ou qualquer outro ato de natureza administrativa ou judicial, inclusive decorrentes de acidente de trabalho, que venham a ser intentadas por seus empregados, prepostos e/ou colaboradores, a qualquer tempo, arcando integralmente com o pagamento de indenizações multas, honorários advocatícios, custas processuais e demais encargos que houverem, podendo, inclusive, ser chamado ao processo pelo Sebrae/AM quando este for demandado judicialmente por terceiro;
- n) adotar, no que couber, boas práticas de sustentabilidade, visando a otimização de recursos, redução de desperdícios, menor poluição, racionalização do uso de substâncias tóxicas ou poluentes, promover a reciclagem e/ou destinação adequada dos resíduos gerados nas atividades pertinentes a execução deste contrato e realizar a separação dos resíduos recicláveis descartados e a coleta seletiva dos materiais para reciclagem, quando for o caso;
- o) zelar pela proteção dos dados que tiver acesso em decorrência da execução deste contrato, evitando o compartilhamento inadequado de informações referentes a terceiros e clientes do Sebrae/AM; na qualidade de operadora de dados pessoais, na forma da Lei nº 13.709/2018 (LGPD), a

CONTRATADA deverá apresentar, em até 30 (trinta) dias contados do início da execução contratual, Plano de Governança de Privacidade para o tratamento de dados de leads coletados em landing pages, redes sociais e demais plataformas digitais, garantindo que o SEBRAE/AM seja o único titular das bases de dados e que estas sejam integralmente transferidas ao término ou rescisão do contrato, sendo vedado o uso dessas informações para finalidade diversa ou para atendimento de outros clientes da agência.

- p) A atuação da CONTRATADA em relação a materiais promocionais institucionais (brindes, bôtons, sacolas, calendários, cordões de crachá e similares) restringe-se à criação do layout, adaptação visual conforme o Manual de Marca do SEBRAE/AM e supervisão da produção gráfica junto a fornecedores especializados, quando demandada pelo SEBRAE/AM. A aquisição direta desses itens, o controle de estoque e a distribuição são de responsabilidade exclusiva do SEBRAE/AM, devendo ser objeto de processo de compra próprio, preferencialmente por Ata de Registro de Preços. É vedada a inclusão, nas Ordens de Serviço emitidas no âmbito deste contrato, de fornecimento de itens físicos padronizados em quantidade que caracterize atividade de distribuição ou gestão de estoque por parte da agência, nos termos do art. 3º, §1º, da Instrução Normativa SEBRAE nº 48/2023.

## **16. DOS DIREITOS AUTORAIS E USO DA IMAGEM**

16.1 Os materiais audiovisuais produzidos em decorrência deste Termo de Referência (vídeos, fotografias, áudios, imagens, animações e demais conteúdos) terão seu uso restrito exclusivamente às finalidades institucionais da CONTRATANTE, conforme definido no objeto contratual.

16.2 É vedado à CONTRATADA, bem como a terceiros, utilizar, reproduzir, divulgar, comercializar, ceder, sublicenciar ou reutilizar, total ou parcialmente, os materiais produzidos, para qualquer finalidade diversa, inclusive portfólio, redes sociais, material promocional ou comercial, sem prévia e expressa autorização por escrito da

**CONTRATANTE.**

16.3 A CONTRATADA deverá garantir que todos os profissionais envolvidos na execução dos serviços (inclusive eventuais subcontratados, quando autorizados) renunciem a qualquer direito de uso autônomo das imagens, responsabilizando-se integralmente por eventuais reivindicações de direitos autorais, de imagem ou conexos.

16.4 O descumprimento do disposto nesta cláusula poderá ensejar a aplicação das penalidades previstas no contrato e na legislação vigente, sem prejuízo da responsabilização civil e administrativa cabível.

**17. SUBCONTRATAÇÃO**

17.1 A agência contratada não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços previstos neste Termo de Referência, sendo admitida, em caráter excepcional, a subcontratação de atividades acessórias ou complementares, desde que previamente autorizada pelo SEBRAE/AM, permanecendo impedida a subcontratação das atividades essenciais relacionadas ao objeto contratual.

17.2 É vedada a subcontratação de empresas participantes do certame, conforme Art. 39 do **Regulamento de Licitações e de Contrato do Sistema SEBRAE**;

17.3 A subcontratação ficará condicionada à prévia e expressa autorização da CONTRATANTE, devendo a CONTRATADA justificar formalmente a necessidade, indicando o serviço a ser subcontratado e a empresa responsável pela sua execução.

**18. DA RESPONSABILIDADE TRABALHISTA E DOS ENCARGOS PREVIDENCIÁRIOS E TRIBUTÁRIOS**

18.1 É de inteira e exclusiva responsabilidade da CONTRATADA o cumprimento de todas as obrigações trabalhistas, previdenciárias, fiscais, tributárias e comerciais decorrentes da execução do objeto deste Termo de Referência, inclusive aquelas relativas à remuneração, salários, benefícios, encargos sociais, contribuições previdenciárias, tributos, seguros, indenizações e demais obrigações legais ou convencionais devidas aos seus empregados, prepostos, colaboradores ou subcontratados.

18.2 A CONTRATADA assume integral responsabilidade pela gestão, direção e supervisão de sua equipe, não se estabelecendo, em nenhuma hipótese, vínculo empregatício, societário ou de qualquer outra natureza entre os profissionais por ela alocados e o SEBRAE/AM, ainda que tais profissionais atuem nas

dependências da CONTRATANTE ou em eventos institucionais.

18.3 A CONTRATADA deverá manter seus profissionais devidamente registrados e em conformidade com a legislação trabalhista e previdenciária vigente, responsabilizando-se integralmente por quaisquer reclamações, demandas judiciais, administrativas ou extrajudiciais que venham a ser propostas por seus empregados, prepostos ou terceiros, em decorrência da execução contratual.

18.4 Eventual fiscalização exercida pelo SEBRAE/AM quanto ao cumprimento das obrigações contratuais não caracteriza subordinação, ingerência ou vínculo empregatício, nem transfere à CONTRATANTE qualquer responsabilidade pelos encargos de responsabilidade da CONTRATADA.

18.5 O descumprimento das obrigações previstas nesta cláusula poderá ensejar a aplicação das penalidades contratuais cabíveis, sem prejuízo da responsabilização civil, administrativa e financeira da CONTRATADA.

#### 19. VIGÊNCIA

19.1 A vigência deste contrato será de 12 (doze) meses, contados a partir da data de sua assinatura, para fins de aquisição dos serviços, podendo ser prorrogado, por comum acordo entre as partes, nos termos do que dispõe o Regulamento de Licitações e Contratos do Sistema Sebrae.

19.2 Na hipótese de prorrogação contratual, os valores serão reajustados anualmente com base no Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), apurado pelo IBGE, tomando-se como data-base o mês de assinatura do contrato, em conformidade com o art. 3º, alínea "h", da Instrução Normativa SEBRAE nº 36/2024. O reajuste não depende de prévio requerimento da CONTRATADA, devendo ser formalizado por apostilamento.

#### 20. GESTOR DO CONTRATO

20.1. O contrato será gerido pela colaboradora **Amanda Dias do Nascimento**, Analista Técnica da Unidade de Gestão Comercial e Eventos – UGCE ([amandad.brito@am.sebrae.com.br](mailto:amandad.brito@am.sebrae.com.br)).

20.2. O contrato será fiscalizado pelo colaborador **Luan Paes de Menezes**, Gerente da Unidade de Gestão Comercial e Eventos –

UGCE, na qualidade de Fiscal Técnico do Contrato, nos termos do art. 3º da Instrução Normativa SEBRAE nº 36/2024, sendo o responsável pelo acompanhamento e pela fiscalização técnica da execução contratual, incluindo a apuração dos indicadores previstos no Acordo de Nível de Serviços (ANS) e o ateste das notas fiscais.

**21. DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

**Unidade:** UGCE – Unidade de Gestão Comercial e Eventos

**Projeto:** AM2026 – MARKETING DE PRODUTOS E SERVIÇOS

**Ação:** Divulgação e marketing de produtos e serviços

**Fonte de Recursos:** CSO

Manaus, 20 de maio de 2026.

**SOLICITANTES:**

---

LUAN PAES DE MENEZES  
Gerente da Unidade de Gestão Comercial e Eventos -  
UGCE

---

AMANDA DIAS DO NASCIMENTO  
Analista Técnico da Unidade de Gestão Comercial e Eventos – UGCE

## ANEXO I - BRIEFING

## 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.

## 2. PLANO ESTRATÉGICO - SEBRAE/AM (2025-2028)



### 2.1 Propósito, Missão, Visão, Licença para Vencer, Valores, Nossos Mantras, e Habilitadores:

#### 2.1.1 Propósito:

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

#### 2.1.2 Missão:

- Ampliação do Empreendedorismo transformador.
- Governança e estado empreendedor por um ambiente de negócios atrativo.
- Prosperidade dos territórios e biomas impulsionada por ecossistemas de negócios.

#### 2.1.3 Visão:

- Ser a principal fonte a quem o micro e pequeno empreendedor recorre ao perseguir o sonho de empreender.

**2.1.4 Licença para Vencer:**

- a) Democratização do sonho de empreender por meio de orientação consultiva e condições acessíveis.

**2.1.5 Valores:**

- a) Ética;
- b) Sustentabilidade;
- c) Valorização humana com colaboração;
- d) Cultura da inovação;
- e) Aprendizado contínuo.

**2.1.6 Nossos Mantras:**

- a) Cliente no centro;
- b) Inovação e experimentação.

**2.1.7 Habilitadores:**

- a) Gestão de dados e inteligência de CRM;
- b) Gestão e desenvolvimento de talentos;
- c) Eficiência no uso de recursos e simplificação de processos;
- d) Governança de experimentação.

**2.2 Direcionadores e Avenidas:****2.2.1 Direcionador 1:** Crescer base qualificada de clientes por meio de estratégia de aquisição inteligente e eficiente;

- a) Estruturar funil de aquisição e vendas estratégico e eficiente, utilizando inteligência de dados para melhoria contínua.
- b) Promover ambiente favorável aos negócios através de parceiros estratégicos.
- c) Aumentar percepção de relevância da marca SEBRAE-AM frente a nichos ainda não consolidados.

**2.2.2 Direcionador 2:** Fortalecer a relevância do SEBRAE-AM na base de clientes-foco.

- a) Gerar valor na vida dos pequenos negócios com portfólio de soluções assertivo para cada segmento.

- b) Fortalecer relacionamento com público-alvo através de inteligência de dados, CRM e abordagem consultiva.

**2.2.3 Direcionador 3:** Preparar os pequenos negócios para o futuro.

- a) Preparar os pequenos negócios para atuarem em um mundo disruptivo, ágil e em constante mudança.

**3. Atuação do SEBRAE**

3.1O 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.

3.2Entre 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.

3.3A instituição atende quem pensa em abrir um negócio próprio e também quem já tem uma empresa, não importando o ramo de atividade ou há quanto tempo está no mercado. O foco do SEBRAE é incentivar os pequenos empreendimentos a crescerem cada vez mais; é apoiar quem quer ir mais longe, buscando novas alternativas no mercado; e, ainda, quem acredita na força da união, estimulando a cooperação entre empresas e empreendedores, pois a instituição defende que a junção de esforços fortalece os pequenos negócios, tornando-os mais competitivos. A entidade auxilia também quem busca a formalização de um negócio, mostrando aos empreendedores as vantagens de se ter uma empresa formal.

3.4O 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.

3.5Para 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.

3.6O 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.

3.7 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.

3.8 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.

#### **4. SEBRAE no Amazonas**

4.1 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.

4.2 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 acesso a novos mercados. Para cumprir sua missão, atua por meio de uma sede, localizada em Manaus.

4.3 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.

4.4 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.

4.5 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.

4.6 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.

4.7 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.

4.8 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.

- 4.9 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.
- 4.10 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.

## **5. A importância do SEBRAE**

- 5.1 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.
- 5.2 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.
- 5.3 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.
- 5.4 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.
- 5.5 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.
- 5.6 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.

**6. Endereços SEBRAE/AM**

| QTD | UNIDADE                                              | CEP       | Endereço                              | Número | Bairro                 | Cidade                    | UF |
|-----|------------------------------------------------------|-----------|---------------------------------------|--------|------------------------|---------------------------|----|
| 1   | SEDE                                                 | 69010-170 | Av. Leonardo Malcher                  | 924    | Centro                 | Manaus                    | AM |
| 2   | Aleixo                                               | 69067-390 | Av. Paulo VI                          | 486    | Petrópolis/Al eixo     | Manaus                    | AM |
| 3   | Balcão de Atendimento de Agronegócio                 | 69005-010 | R. Barão de São Domingos              | 125    | Centro                 | Manaus                    | AM |
| 4   | Escritório Regional Coari (ERCO)                     | 69460-000 | Estrada Coari Mamiá                   | 150    | Tauá Mirim             | Coari                     | AM |
| 5   | Escritório Regional Itacoatiara (ERIT)               | 69100-000 | R. Acácio Leite                       | 3726   | Santo Antônio          | Itacoatiara               | AM |
| 6   | Escritório Regional Manacapuru (ERMA)                | 69400-970 | Av. Boulevard Pedro Rates de Oliveira | 380    | Centro                 | Manacapuru                | AM |
| 7   | Escritório Regional Parintins (ERPA)                 | 69151-512 | R. João Meireles                      | 371    | Francesa               | Parintins                 | AM |
| 8   | Escritório Regional Tabatinga (ERTA)                 | 69640-000 | Av. da Amizade                        | 2017   | Centro                 | Tabatinga                 | AM |
| 9   | Escritório Regional Tefé (ERTE)                      | 69550-081 | R. Floriano Peixoto                   | 266    | Centro                 | Tefé                      | AM |
| 10  | Escritório Sebrae Presidente Figueiredo (ESPF)       | 69735-000 | Rua Andirás                           | S/N    | Centro                 | Presidente Figueiredo     | AM |
| 11  | Escritório Regional Autazes (ERAU)                   | 69240-000 | R. Angelo Portugal                    | S/N    | Centro                 | Autazes                   | AM |
| 12  | Escritório Regional Humaitá (ERHU)                   | 69800-000 | R. Padre Maria Pena                   | 2684   | Esquina Transamazônica | Humaitá                   | AM |
| 13  | Escritório Regional Santa Isabel do Rio Negro (ERRN) | 69740-000 | R. João Walter de Andrade             | S/N    | Centro                 | Santa Isabel do Rio Negro | AM |

**6.1 Outros meios de acesso ao SEBRAE/AM:**

- a) Central de Relacionamento: 0800 570 0800
- b) Portal: [sebrae.com.br/amazonas](http://sebrae.com.br/amazonas)
- c) Facebook: Sebrae Amazonas
- d) Instagram: @sebraeam

e) Youtube: @SebraeAmazonasOnline

f) WhatsApp: 0800 570 0800

#### 6.2 Problema a ser solucionado:

6.2.1 O principal desafio a ser solucionado é ampliar a atratividade e o engajamento da Conferência Inova Amazônia, fortalecendo sua marca como um dos eventos mais relevantes junto ao ecossistema empreendedor da Região Norte.

6.2.2 Isso inclui tornar o evento mais relevante e reconhecido como um importante elo de conexão entre empreendedores da bioeconomia, do turismo, do artesanato regional, da economia criativa, da agricultura familiar, dos produtos da sociobiodiversidade e das cadeias produtivas que representam a riqueza econômica do estado, especialmente nos municípios do Estado do Amazonas — incluindo localidades de difícil acesso.

6.2.3 Além de ampliar a projeção do evento em mercados nacionais e internacionais, consolidando sua relevância como plataforma de inovação e bioeconomia de alcance global.

6.2.4 Como contexto histórico, em 2024, o Amazonas recebeu a conferência do programa Inova Amazônia, realizada nos dias 9 e 10 de maio, em Manaus, marcando um importante momento para o ecossistema de inovação do estado. O evento teve como propósito central fomentar a bioeconomia e a inovação na Amazônia, reunindo empreendedores, especialistas e instituições comprometidas com o desenvolvimento sustentável da região.

6.2.5 A conferência apresentou mais de 80 negócios da região amazônica, com foco em soluções voltadas à promoção de práticas sustentáveis de uso da terra, conservação da biodiversidade e desenvolvimento econômico alinhado à preservação dos ecossistemas amazônicos e ao respeito às comunidades locais.

6.2.6 O evento também se destacou por promover conexões e networking qualificado entre negócios que atuam em um contexto desafiador, no qual é necessário equilibrar oportunidades econômicas com os desafios ambientais, sociais e territoriais característicos da Amazônia, onde grande parte da logística e circulação de pessoas e produtos depende de vias fluviais e da integração entre territórios dispersos.

6.2.7 O Inova Amazônia é uma realização do Sebrae, contando com apoio de instituições locais e nacionais, e se consolida como uma plataforma estratégica para impulsionar soluções inovadoras, negócios de impacto e iniciativas voltadas ao desenvolvimento sustentável da região.

6.2.8 Na edição realizada em 2024 no Amazonas, o Inova Amazônia reuniu aproximadamente **3.000 participantes** ao longo de sua programação, e contou com a participação de startups, empreendedores, pesquisadores, investidores e instituições parceiras, além de ampla programação voltada à inovação, sustentabilidade e desenvolvimento de negócios na Amazônia.

6.2.9 A edição também se destacou pela presença de atrações nacionais, que contribuíram para ampliar a visibilidade do evento e aproximar o ecossistema

local de referências do empreendedorismo e da economia criativa no país. Entre essas participações estiveram:

- a) **Giovanna Antonelli** – atriz e empresária brasileira, com atuação em negócios de marca e empreendedorismo.
- b) **Felipe Titto** – ator, apresentador e empresário brasileiro.

6.2.10 Além disso, o evento contou com a participação de especialistas nacionais e internacionais ligados aos temas de inovação, bioeconomia, empreendedorismo e desenvolvimento sustentável, reforçando o posicionamento do Inova Amazônia como uma plataforma de conexão entre a realidade amazônica e as tendências globais.

6.2.11 Para a próxima edição, a expectativa é de ampliação do público participante, com maior adesão de empreendedores do interior do estado, aumento da presença de investidores e fortalecimento das conexões nacionais e internacionais, consolidando o evento como uma das principais vitrines de inovação da região Norte.

- a) O Inova Amazônia tem como objetivo fomentar a inovação e o desenvolvimento de negócios sustentáveis na região amazônica, estimulando a criação, aceleração e expansão de empreendimentos baseados na bioeconomia, tecnologia e valorização dos recursos naturais e culturais da região.
- b) Entre os serviços e oportunidades geralmente oferecidos no evento, destacam-se:
- c) Palestras com especialistas em inovação, sustentabilidade e bioeconomia;
- d) Oficinas e workshops de capacitação;
- e) Rodadas de negócios e conexão com investidores;
- f) Apresentação de startups e soluções inovadoras;
- g) Espaços de networking e relacionamento institucional;
- h) Mentorias e consultorias para desenvolvimento de negócios;
- i) Acesso a tendências de mercado e tecnologias aplicadas à Amazônia;
- j) Conexão entre empreendedores, pesquisadores e instituições de fomento.

6.2.12 Nesse contexto, a conferência Inova Amazônia é um espaço para promover e fortalecer negócios ligados à bioeconomia, ao turismo, ao artesanato regional, à economia criativa, à agricultura familiar, aos produtos da sociobiodiversidade e às cadeias produtivas que representam a riqueza econômica do estado. O evento busca valorizar empreendimentos que transformam os ativos naturais, culturais e econômicos da Amazônia em oportunidades de desenvolvimento sustentável, geração de renda e inovação.

6.2.13 A conferência também dá visibilidade aos produtos e serviços originários do

Amazonas, reconhecidos por sua autenticidade, qualidade e forte identidade cultural, reforçando o potencial competitivo dos empreendimentos amazônicos nos mercados regional, nacional e internacional. Produtos derivados da floresta, das cadeias produtivas locais, do artesanato tradicional e das iniciativas empreendedoras do interior do estado despertam crescente interesse em diferentes mercados ao redor do mundo, sendo associados à originalidade, à diversidade e à sustentabilidade.

6.2.14 Nesse sentido, a conferência Inova Amazônia evidencia que o Amazonas não é apenas um mercado consumidor, mas também um território gerador de oportunidades com potencial de inserção em mercados globais. O evento busca estimular a visão empreendedora voltada à expansão comercial, à agregação de valor, à inovação e ao acesso a novos mercados, fortalecendo a capacidade dos empreendedores amazonenses de transformar a identidade amazônica em diferencial competitivo e em oportunidade de negócios para o Brasil e para o mundo.

6.2.15 O evento é direcionado a um público diverso dentro do ecossistema de inovação e empreendedorismo, incluindo:

- a) Startups e empreendedores de inovação;
- b) Micro e pequenas empresas;
- c) Empreendedores da bioeconomia;
- d) Pesquisadores e instituições acadêmicas;
- e) Investidores e fundos de investimento;
- f) Instituições públicas e privadas de fomento;
- g) Organizações do terceiro setor;
- h) Empreendedores tradicionais interessados em inovação;
- i) Estudantes e profissionais interessados em tecnologia, sustentabilidade e negócios.

6.2.16 Para a próxima edição, espera-se a ampliação da participação do público, com maior engajamento de empreendedores do interior do estado, aumento da presença de investidores e fortalecimento da conexão entre inovação, bioeconomia e mercado, consolidando o evento como uma das principais plataformas de inovação da região Norte.

6.2.17 Desafio: Como posicionar o Inova Amazônia como o principal evento de inovação e bioeconomia da região, ampliando sua visibilidade, atratividade e engajamento junto a empreendedores, startups, investidores e instituições, fortalecendo sua relevância como plataforma estratégica de desenvolvimento sustentável na Amazônia?

6.2.18 Diante desse cenário, o desafio estratégico proposto neste briefing é ampliar sua atratividade e capilaridade da conferência Inova Amazônia, tornando o evento mais representativo e reconhecido como um grandioso elo para todo o

ecossistema empreendedor da Região Norte, alcançando de forma mais efetiva os municípios do Estado do Amazonas, especialmente os de difícil acesso, além de fortalecer sua projeção e conexão com mercados nacionais e internacionais, ampliando sua relevância como plataforma de inovação e bioeconomia de alcance global.

- 6.2.19 Proponha uma campanha publicitária para o Inova Amazônia do Sebrae Amazonas. A campanha deverá ser capaz de promover a ampliação do conhecimento sobre o evento, estimular a participação do público-alvo e fortalecer o posicionamento do Inova Amazônia como um ambiente de inovação, sustentabilidade, tecnologia e geração de negócios voltados à realidade amazônica.
- 6.2.20 A proposta deverá considerar a diversidade dos públicos do ecossistema de inovação, o potencial da bioeconomia e a importância estratégica da Amazônia como território de soluções sustentáveis para o Brasil e o mundo.
- 6.2.21 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 contexto e desafios apresentados neste briefing.
- 6.2.22 A comunicação deve ser clara, objetiva e baseada em dados reais, sendo que a argumentação precisa corresponder ao que realmente está acontecendo ou irá acontecer, tornando evidentes os benefícios tangíveis e intangíveis do evento para o público-alvo das ações desenvolvidas pelo SEBRAE/AM.
- 6.2.23 Devem ser evitados excessos de exaltação como forma de argumentação, de modo a preservar a credibilidade da instituição. A comunicação deve ser fundamentada em oportunidades reais, entregas concretas e resultados esperados.
- 6.2.24 Para a elaboração da campanha publicitária, considerando produção, veiculação, exposição e/ou distribuição, a licitante contará com uma verba hipotética de R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais).
- 6.2.25 Deverá ser considerado o valor bruto da tabela dos veículos vigente em 2024, sem o Desconto Padrão de Agência, conforme art. 11 da Lei nº 4.680/65 e art. 11 do Decreto nº 57.690/66.
- 6.2.26 Também deverá ser considerado o custo de criação conforme tabela da FENAPRO Nacional, sem aplicação de descontos comerciais que possam distorcer a proposta de preço.
- 6.2.27 As peças da campanha deverão, obrigatoriamente, conter:
- a) Logomarca oficial do SEBRAE;
  - b) Endereço eletrônico: [www.sebrae.com.br/amazonas](http://www.sebrae.com.br/amazonas);
  - c) Central de Relacionamento SEBRAE: 0800 570 0800.
- 6.2.28 A campanha deverá, ainda, apresentar características regionais, valorizando os aspectos socioeconômicos, culturais e ambientais do Estado do Amazonas.

6.2.29 Observação: O presente briefing é meramente ilustrativo e serve exclusivamente como parâmetro para avaliação de propostas técnicas. O Sebrae Amazonas não está obrigado a implementar as ações propostas nem a realizar qualquer despesa decorrente das campanhas apresentadas.

6.2.30 **Guideline para aplicação da Marca SEBRAE (Brandbook):**  
[https://sebraemg.com.br/diversos/web/docs/casademarcas/manuais/Brandbook\\_Sebrae.pdf](https://sebraemg.com.br/diversos/web/docs/casademarcas/manuais/Brandbook_Sebrae.pdf)

## PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

### 8. TR\_SEBRAE\_AM\_Agência OFF - 16.06.2026

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

<https://assinaturadigital.sebrae.com.br/verificadorassinaturas/#!/search?codigo=57-DC-34-64-24-69-4A-C4-3D-5D-5C-AD-98-CD-50-3A-7D-32-BD-19> acesse o site

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

**CÓDIGO:** 57-DC-34-64-24-69-4A-C4-3D-5D-5C-AD-98-CD-50-3A-7D-32-BD-19

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

✓ **Amanda Dias do Nascimento - 940.\*\*\*.\*\*\*-53** - 16/06/2026 16:05:29

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

**IP:** 170.\*\*\*.\*\*\*.\*\*\*6

✓ **Luan Paes de Menezes - 887.\*\*\*.\*\*\*-15** - 16/06/2026 18:24:29

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

**IP:** 170.\*\*\*.\*\*\*.\*\*\*8



**\*Guideline para aplicação da Marca SEBRAE (Brandbook):**

[https://sebraemg.com.br/diversos/web/docs/casademarcas/manuais/Brandbook\\_Sebrae.pdf](https://sebraemg.com.br/diversos/web/docs/casademarcas/manuais/Brandbook_Sebrae.pdf)

**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. 001/2026**, conforme as amostras fornecidas, nas seguintes condições:

- a) Percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela referencial de preços da FENAPRO - Federação Nacional das Agências de Propaganda de: \_\_\_\_\_% (\_\_\_\_\_por cento\*);
- 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: \_\_\_\_\_% (\_\_\_\_\_por cento\*);
- 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: \_\_\_\_\_% (\_\_\_\_\_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. 001/2026 e seus anexos.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2026.

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:**

|                             |                                  |
|-----------------------------|----------------------------------|
| <b>Representante legal:</b> | <b>Testemunha da CONTRATADA:</b> |
| Nome:                       | Nome:                            |
| RG e CPF:                   | RG e CPF:                        |
| E-mail:                     | E-mail:                          |

**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 – (001/26)

### ANEXO V MODELO DE DECLARAÇÃO DE DOCUMENTOS FIÉIS E VERDADEIROS

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 da Concorrência n.º ...../2026 – 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 – (001/26)

### 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 ...../2026 – 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



## CONCORRÊNCIA

CO – (001/26)

### 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, ex-dirigente ou ex-membro dos Conselhos Deliberativos e Fiscais de quaisquer das entidades ao mesmo operacionalmente vinculadas, observado o prazo mínimo de 18 (dezoito) meses da data da respectiva demissão ou desligamento para ex-empregado e de 180 (cento e oitenta) dias para ex-dirigente ou ex-membro dos Conselhos Deliberativos e Fiscais, 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 – .....

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

EMPRESA  
REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA

ANEXO IX  
MINUTA DE CONTRATO

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS Nº \_\_\_\_/2026 –  
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,

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 o nº 04.322.004/0001-47, representado neste ato por sua Diretora Superintendente **ANANDA CARVALHO NORMANDO PESSÔA**, brasileira, casada, psicóloga, portadora de CI nº 1537241-3 SSP/AM e do CPF nº 003.129.632-70, e por sua Diretora Administrativa e Financeira, **ADRIANNE ANTONY GONÇALVES**, brasileira, advogada, portadora da CI nº 1097751-1 SSP/AM e do CPF nº 600.738.532-91, doravante denominado simplesmente **CONTRATANTE**, e, do outro lado, a empresa \_\_\_\_\_, agência de propaganda inscrita no CNPJ sob o nº \_\_\_\_\_, com sede na \_\_\_\_\_, nº \_\_\_\_\_, Bairro \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_, CEP \_\_\_\_\_, endereço eletrônico \_\_\_\_\_, neste ato representada por \_\_\_\_\_, brasileiro(a), portador(a) da CI nº \_\_\_\_\_ e do CPF nº \_\_\_\_\_, denominada simplesmente **CONTRATADA**, resolvem firmar o presente contrato de prestação de serviços de publicidade e propaganda, mediante as cláusulas e condições que seguem:

**CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO**

Contratação de 01 (uma) agência de publicidade, nos termos da Lei nº 4.680/1965, para a prestação de serviços técnicos especializados, **SOB DEMANDA**, de publicidade e propaganda, compreendendo o conjunto de atividades integradas relacionadas ao estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, produção, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa de campanhas e peças publicitárias, bem como o planejamento e a compra de mídia e a distribuição de publicidade em todos os meios de comunicação, com vistas a apoiar as ações de comunicação e marketing do **CONTRATANTE**, em Manaus e nos demais municípios do Estado do Amazonas.

**PARÁGRAFO PRIMEIRO** – Os serviços serão executados sob demanda, conforme necessidade do **CONTRATANTE**, observadas as condições e exigências estabelecidas no Termo de Referência e em seus anexos.

**PARÁGRAFO SEGUNDO** – O Termo de Referência, seus anexos, o edital da Concorrência nº \_\_\_\_/2026 e a proposta apresentada pela **CONTRATADA** integram o presente contrato independentemente de transcrição.

**CLÁUSULA SEGUNDA – DO FUNDAMENTO LEGAL**

Esta contratação decorre do Processo nº \_\_\_\_\_/2026 – Unidade de Gestão Comercial e Eventos – UGCE e da Concorrência nº \_\_\_\_\_/2026, julgada pelo critério de técnica e preço, embasada no Regulamento de Licitações e Contratos do Sistema SEBRAE – RLCSS (Resolução CDN nº 641/2026), na Lei nº 4.680/1965, na Lei nº 12.232/2010, na Lei nº 9.610/1998 e nas Instruções Normativas SEBRAE nº 48/2023 e nº 36/2024, observadas ainda as normas do Conselho Executivo de Normas-Padrão – CENP e o Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária – CONAR.

**CLÁUSULA TERCEIRA – DO DETALHAMENTO DO OBJETO**

A prestação dos serviços especializados de publicidade e propaganda será realizada, SOB DEMANDA, na forma da Lei nº 4.680/1965, com o propósito de elaborar, planejar, criar, produzir, executar e veicular campanhas e peças publicitárias voltadas à divulgação das ações, programas, produtos e serviços institucionais do **CONTRATANTE**, conforme as necessidades e estratégias por ele definidas.

**PARÁGRAFO PRIMEIRO** – A abrangência da prestação dos serviços será estadual, no Estado do Amazonas, podendo, em ações específicas, ter abrangência nacional.

**PARÁGRAFO SEGUNDO** – Compreendem os serviços de publicidade e propaganda o conjunto de atividades realizadas de forma integrada que tenham por objetivo o **estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação**, com a finalidade de promover a venda de bens ou serviços, difundir ideias ou informar o público em geral.

**PARÁGRAFO TERCEIRO** – Compõem os serviços publicitários as seguintes atividades:

- I. o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação e execução interna das campanhas e anúncios publicitários;
- II. o estudo, a recomendação e a contratação, mediante autorização prévia do **CONTRATANTE**, dos meios e veículos de divulgação, inclusive espaços de promoção da experiência da marca;
- III. a intermediação, supervisão e acompanhamento da execução externa das ações e peças publicitárias por fornecedores especializados;
- IV. a intermediação, supervisão e distribuição das peças publicitárias aos veículos e meios de divulgação previstos nas campanhas;
- V. a coordenação, intermediação de fornecedores e execução técnica de produtos e projetos publicitários de natureza não mídia, criados ou desenvolvidos no âmbito das campanhas;
- VI. o planejamento, intermediação e execução de pesquisas de avaliação e de geração de conhecimento sobre a mensagem, o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação e os resultados das campanhas realizadas, inclusive para subsidiar a elaboração de briefing;
- VII. a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias e meios alternativos de divulgação, como painéis de LED urbanos, televisores em espaços comerciais, TVs e painéis em elevadores comerciais e residenciais e outros meios de comunicação out-off-home.

**PARÁGRAFO QUARTO** – As ações publicitárias decorrentes desta contratação terão como público-alvo cidadãos de todas as faixas etárias que sejam empreendedores ou que desejem empreender, compreendidos: **a) cidadãos interessados em empreender; b) Microempreendedores Individuais – MEI; c) empresários de micro e pequenas empresas; d) potenciais empreendedores; e) sociedade em geral; e f) produtor rural, pescador e artesão.**

**PARÁGRAFO QUINTO – DO PLANEJAMENTO E DA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO** – Compreende as atividades de análise, concepção e definição das ações de comunicação e publicidade que melhor atendam aos objetivos institucionais do **CONTRATANTE**, sempre que demandado, incluindo, sem se limitar a:

- I. elaboração de planejamento estratégico de comunicação e planos de mídia;

- II. desenvolvimento de briefings, cronogramas e orçamentos estimativos;
- III. realização de pesquisas e análises de público-alvo, comportamento e mídia;
- IV. definição de indicadores de desempenho (KPIs) e critérios de avaliação dos resultados das ações publicitárias;
- V. elaboração de relatórios de desempenho e de mensuração de resultados;
- VI. planejamento de ações de comunicação integrada de natureza estritamente publicitária, incluindo a articulação das campanhas e peças com outras ações de comunicação do **CONTRATANTE**;
- VII. elaboração de plano publicitário, incluindo concepção das mensagens, marcas e peças e estudo dos meios e veículos que assegurem a melhor cobertura dos públicos ou mercados objetivados;
- VIII. elaboração de plano estratégico e plano de mídia, incluindo pesquisas, levantamento do perfil do público-alvo (target), análise de concorrência, estudos dos meios de publicidade e definição de estratégias de comunicação;
- IX. identificação e análise dos públicos e do mercado onde o conceito, ideia, marca, produto ou serviço encontrem melhor possibilidade de assimilação;
- X. identificação e análise de ideias, marcas, produtos ou serviços concorrentes;
- XI. identificação e análise do mercado potencial onde o conceito, ideia, marca, produto ou serviço encontrem maior possibilidade de penetração junto ao público-alvo;
- XII. planejamento e desenvolvimento de ações promocionais para divulgação de produtos, programas e projetos do **CONTRATANTE**.

**PARÁGRAFO SEXTO – DA CRIAÇÃO E DO DESENVOLVIMENTO DAS PEÇAS PUBLICITÁRIAS** – Compreende o conjunto de atividades destinadas à concepção e materialização de ideias, mensagens e peças de comunicação, observados os objetivos estratégicos, os públicos-alvo e as diretrizes institucionais do **CONTRATANTE**, incluindo, dentre outros:

- I. desenvolvimento de peças publicitárias relacionadas às campanhas, incluindo direção de arte, criação e finalização dos materiais;
- II. elaboração de conceitos criativos, slogans, mensagens e roteiros publicitários;
- III. elaboração e desenvolvimento de marcas, expressões de propaganda, logotipos, símbolos, selos, ilustrações, estampas e demais elementos de programação visual, bem como suporte no registro de sua propriedade pelo **CONTRATANTE**;
- IV. editoração, adequação de conteúdo e linguagem e revisão de publicações institucionais, tais como cartilhas, revistas, jornais, catálogos, boletins, cadernos, folders e folhetos, desde que tais materiais se caracterizem como peças publicitárias ou instrumentos de divulgação institucional, excluídas as publicações de caráter jornalístico independente ou de assessoria de imprensa, nos termos do art. 2º, § 2º, da Lei nº 12.232/2010;
- V. criação e desenvolvimento de layouts, textos, identidades visuais e artes finais;
- VI. produção de peças para mídias impressas, eletrônicas, digitais e exteriores (out-of-home);
- VII. elaboração e desenvolvimento de ações de endomarketing e comunicação interna;
- VIII. criação de peças institucionais, temáticas, promocionais e de utilidade pública;
- IX. criação de peças de comunicação visual para eventos, feiras e ações promocionais, sempre que demandado;
- X. redação publicitária das peças relacionadas às campanhas, incluindo revisão gramatical, ortográfica e de conteúdo;
- XI. adaptação de campanhas existentes para novas versões, formatos e públicos;

XII. desenvolvimento de materiais acessíveis, em conformidade com a legislação vigente, incluindo audiodescrição, legendagem e LIBRAS.

**PARÁGRAFO SÉTIMO** – A atuação da **CONTRATADA** em peças de identificação interna, tais como placas de setores, banheiros e portas, limita-se à concepção visual, editoração e fornecimento das peças prontas para instalação. A fabricação de estruturas permanentes e a instalação física das peças constituem atividade de infraestrutura predial, devendo ser objeto de contratação própria pela área competente do **CONTRATANTE**, não integrando o escopo deste contrato.

**PARÁGRAFO OITAVO** – A atuação da **CONTRATADA** em identidade de fachada limita-se à criação do projeto visual, às especificações técnicas de aplicação de marca e à supervisão da produção gráfica junto a fornecedores. Estão expressamente excluídas do objeto deste contrato a execução de obras civis, a instalação de estruturas metálicas, a pintura predial, a iluminação embutida e quaisquer intervenções físicas na edificação, que devem ser objeto de processo licitatório próprio conduzido pela área de infraestrutura.

**PARÁGRAFO NONO** – Na criação e na execução de peças de comunicação visual para eventos, feiras e ações promocionais é vedada expressamente a contratação de infraestrutura, montagem, logística ou qualquer operacionalização de eventos, que devem ser objeto de processo licitatório próprio, nos termos do art. 3º, § 1º, da Instrução Normativa SEBRAE nº 48/2023.

**PARÁGRAFO DÉCIMO – DO USO DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL** – A **CONTRATADA** deverá garantir que a autoria intelectual, a curadoria criativa e a responsabilidade técnico-criativa sobre todas as campanhas e peças publicitárias sejam, em última instância, atribuídas a profissionais humanos, cabendo a estes a validação final dos materiais produzidos. É facultada a utilização de ferramentas de Inteligência Artificial em etapas de apoio à criação, planejamento e produção, desde que: a) não sejam utilizados conteúdos, bases de dados, insumos ou materiais em desacordo com a legislação aplicável, especialmente a Lei nº 9.610/1998 e a Lei nº 13.709/2018, bem como com as políticas internas do **CONTRATANTE**; b) sejam preservadas a originalidade, a autenticidade, a integridade comunicacional da marca e a adequação ética das mensagens; e c) sejam atendidas as diretrizes de comunicação institucional do **CONTRATANTE**. O uso de Inteligência Artificial não afasta a responsabilidade integral da **CONTRATADA** quanto a eventuais violações a direitos de terceiros ou a normas legais e regulamentares aplicáveis.

**PARÁGRAFO DÉCIMO PRIMEIRO – DA EXECUÇÃO E DA PRODUÇÃO DAS AÇÕES PUBLICITÁRIAS** – Compreende as atividades voltadas à operacionalização, supervisão e entrega das peças e campanhas publicitárias aprovadas pelo **CONTRATANTE**, incluindo, dentre outras:

- I. produção gráfica e audiovisual de materiais publicitários;
- II. contratação e coordenação de fornecedores especializados, quando necessário, tais como fotografia, filmagem, locução, impressão e animação, para a produção ou execução de material;
- III. supervisão técnica e controle de qualidade na execução das campanhas;
- IV. execução do plano de mídia, incluindo cotação, negociação e aquisição de espaços publicitários;
- V. acompanhamento, comprovação e relatório de veiculação das campanhas;
- VI. gestão de cronogramas e prazos de execução das ações;
- VII. adaptação e distribuição de campanhas em mídias regionais e segmentadas;
- VIII. produção e execução técnica das peças e projetos publicitários já criados;
- IX. execução do plano publicitário, incluindo orçamento, acompanhamento, realização, entrega final e instalação das peças publicitárias;
- X. compra, distribuição e controle da veiculação da publicidade nos veículos contratados;
- XI. desenvolvimento e implementação de ações promocionais e campanhas institucionais;
- XII. elaboração de relatórios de campanha e projetos, em formato de apresentação, contendo objetivos, defesa, ações desenvolvidas, mídias utilizadas, peças criadas e produzidas, orçamentos e indicadores de resultados;

- XIII. controle das inserções publicitárias por meio de relatórios, com comprovação das veiculações;
- XIV. disponibilização de relatórios de comprovação de veiculação de mídia, quando disponíveis ou aplicáveis ao tipo de mídia utilizada, podendo tais relatórios ser emitidos por empresa independente de auditoria ou aferição de mídia, sempre que possível;
- XV. disponibilização ao **CONTRATANTE** dos arquivos abertos das peças produzidas no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos após sua finalização.

**PARÁGRAFO DÉCIMO SEGUNDO** – A **CONTRATADA** é obrigada a aceitar artes e peças publicitárias elaboradas por equipe interna do **CONTRATANTE** ou por terceiros por ele indicados, para fins de produção, impressão, acabamento e veiculação, não podendo recusar-se à execução sob alegação de não ter participado da criação. Sobre os custos de produção e veiculação dessas peças incidirão os honorários previstos nos quesitos “b” e “c” da proposta de preços, conforme gerem ou não desconto-padrão de veículo. Pequenos ajustes técnicos necessários à adequação das artes recebidas aos formatos exigidos pelos fornecedores e veículos são de responsabilidade da **CONTRATADA**, sem ônus adicional para o **CONTRATANTE**. A **CONTRATADA** deverá comunicar formalmente ao **CONTRATANTE** qualquer irregularidade técnica ou jurídica identificada na arte recebida antes do início da produção; após aprovação expressa do **CONTRATANTE** mesmo após a comunicação, a responsabilidade pelo conteúdo é integralmente deste.

**PARÁGRAFO DÉCIMO TERCEIRO – DOS SERVIÇOS DE APOIO E GESTÃO** – Englobam as atividades complementares e transversais de suporte à execução contratual, incluindo, dentre outras:

- I. participação em reuniões técnicas e apresentações de campanhas;
- II. participação em reuniões de briefing para alinhamento das informações, tantas quantas forem solicitadas e em local determinado pelo **CONTRATANTE**;
- III. elaboração de atas das reuniões realizadas com o **CONTRATANTE**, a serem encaminhadas em até 24 (vinte e quatro) horas úteis após sua realização;
- IV. gestão, organização e arquivamento do acervo de peças produzidas, físico e digital;
- V. adequação das ações às normas legais e éticas aplicáveis à publicidade e propaganda;
- VI. garantia de direitos autorais e de uso de imagem relativos às peças produzidas;
- VII. suporte técnico em comunicação publicitária, quando previsto em plano aprovado.

**PARÁGRAFO DÉCIMO QUARTO – DOS DEMAIS SERVIÇOS** – Constituem ainda obrigações da **CONTRATADA**:

- I. instituição e manutenção de acervo da propaganda do **CONTRATANTE**, em meio digital 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;
- II. criação e manutenção de banco de imagens, com as fotos e imagens produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos;
- III. entrega ao **CONTRATANTE** de 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 **CONTRATANTE** possa deles usar e dispor para todos os seus fins, independentemente de qualquer remuneração especial ou adicional àquela ajustada neste instrumento;
- IV. apresentação ao **CONTRATANTE** dos contratos e quitações relativas a todos os direitos autorais e de imagem, de direito de uso de voz e do que mais for utilizado na elaboração da publicidade.

**PARÁGRAFO DÉCIMO QUINTO – DO ESCOPO OPERACIONAL DOS TRABALHOS** – 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 **CONTRATANTE**:

- I. 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 à sua concorrência;
- II. identificação e análise dos públicos e do mercado onde o conceito, ideia, marca, produto ou serviço encontre maior possibilidade de penetração;
- III. planejamento, criação e implantação de campanhas de comunicação do **CONTRATANTE**, visando o posicionamento da marca e o lançamento e divulgação de produtos e serviços;
- IV. execução de serviços de editoração, tais como revistas, jornais, folders, informativos, infográficos, livros e cadernos;
- V. criação, produção e finalização de ilustração para fins editoriais;
- VI. criação e produção de manuais de identidade visual;
- VII. aquisição de fotos de bancos de imagem;
- VIII. planejamento, produção, seleção, curadoria e tratamento de fotos publicitárias para todas as finalidades de comunicação institucional, comercial e mercadológica do **CONTRATANTE**;
- IX. contratação de personalidades, atores, modelos, músicos e outros personagens e artistas para ações de comunicação, excluída a contratação de influenciadores digitais, que deverá ser objeto de processo licitatório próprio ou contrato específico de mídia digital;
- X. apoio na criação e produção de conteúdo para fins educacionais, institucionais, comerciais ou mercadológicos para o **CONTRATANTE**;
- XI. elaboração do plano publicitário, incluindo a concepção das mensagens, marcas e peças publicitárias de mídia e não mídia, o envio dos arquivos finais aos fornecedores e veículos, o estudo dos meios e veículos que assegurem a melhor cobertura dos públicos e mercados objetivados e o orçamento e realização das peças publicitárias, devendo o plano ser apresentado e validado pelo **CONTRATANTE** antes de sua implementação;
- XII. desenvolvimento de plano de mídia, incluindo estudo do target, 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;
- XIII. controle das inserções publicitárias por meio de relatório mensal, com comprovação das veiculações nos veículos descritos no plano de mídia;
- XIV. redação publicitária para as peças relacionadas às campanhas;
- XV. revisão de texto, gramatical e ortográfica, incluindo tradução para diferentes idiomas, conforme solicitação;
- XVI. atendimento, pela equipe de mídia e produção, de todos os veículos e fornecedores que desejarem apresentar propostas ao **CONTRATANTE**, sejam de pequeno, médio ou grande porte;
- XVII. busca das autorizações de uso de imagem para as campanhas desenvolvidas para a instituição;
- XVIII. observância das tabelas de prazos de criação estipuladas pelo **CONTRATANTE** para a execução dos trabalhos;
- XIX. realização de pequenos tratamentos de imagens ou retoques em artes sem cobrança extra, não podendo ser terceirizados;
- XX. obtenção das devidas autorizações para todos os trabalhos desenvolvidos que envolvam direitos de imagem, som e voz, incluindo atores, modelos e empresários que venham a dar depoimentos testemunhais;
- XXI. atuação por ordem e conta do **CONTRATANTE**, 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;

XXII. dedicação de esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações junto a terceiros e transferência integral ao **CONTRATANTE** de descontos especiais, bonificações, reaplicações, prazos especiais de pagamento e outras vantagens;

XXIII. negociação das melhores condições de preço até os percentuais máximos para os direitos autorais, imagem, som e voz, obras de arte e outros, nos casos de utilização e reutilização em peças publicitárias, limitados a 100% do valor original corrigido monetariamente segundo a variação do IGPM/FGV;

XXIV. obtenção de aprovação prévia do **CONTRATANTE**, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este instrumento, permanecendo a **CONTRATADA** com todas as suas responsabilidades contratuais;

XXV. orientação e supervisão da produção e da impressão das peças gráficas aprovadas pelo **CONTRATANTE**;

XXVI. assessoria e apoio 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;

XXVII. providência, sempre que necessário, do registro de marcas, expressões de propaganda, logotipos e de outros elementos visuais.

**PARÁGRAFO DÉCIMO SEXTO – DA OBSERVÂNCIA DO BRANDBOOK** – Todas as ações de comunicação e publicidade desenvolvidas pela **CONTRATADA** deverão observar rigorosamente as diretrizes contidas no Brandbook (Manual de Uso da Marca) do SEBRAE, documento que estabelece os padrões de identidade visual, verbal, sonora e conceitual da marca. A **CONTRATADA** deverá assegurar que todas as peças, materiais e conteúdos produzidos estejam em conformidade com as normas de aplicação da marca, incluindo logotipo, tipografia, paleta de cores, tom de voz, linguagem e demais elementos de identidade institucional. Qualquer material que não atenda às referidas diretrizes poderá ser rejeitado pela fiscalização contratual, devendo ser corrigido ou substituído sem ônus adicional para o **CONTRATANTE**.

**PARÁGRAFO DÉCIMO SÉTIMO – DAS CONDIÇÕES PARA O FORNECIMENTO DE BENS OU SERVIÇOS ESPECIALIZADOS** – A **CONTRATADA** observará as seguintes condições:

- I. fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;
- II. apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;
- III. 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;
- IV. apresentar a cotação em papel timbrado ou cópia de e-mail, assinada pelo representante legal da empresa, com as seguintes identificações do fornecedor: razão social, CNPJ, inscrição estadual, inscrição municipal, endereço completo e telefone da empresa;
- V. submeter todas as contratações de serviços e de produção, com ou sem os serviços de supervisão, à autorização obrigatória da Unidade de Gestão Comercial e Eventos do **CONTRATANTE**;
- VI. não havendo possibilidade de obter 3 (três) cotações, apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão do **CONTRATANTE**;
- VII. observar, em todas as atividades, as disposições da Lei nº 12.232/2010, da Lei nº 4.680/1965, da Lei nº 9.610/1998, do Regulamento de Licitações e Contratos do Sistema SEBRAE (Resolução CDN nº 641/2026), das normas do CENP, do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária (CONAR) e demais legislações correlatas, assegurando a legalidade, a eficiência e a economicidade na execução contratual.

**CLÁUSULA QUARTA – DA EXECUÇÃO**

A **CONTRATADA** deve atuar de acordo com a solicitação do **CONTRATANTE**, por intermédio da Unidade de Gestão Comercial e Eventos, que emitirá a ordem de serviço por meio dos instrumentos e sistemas adotados pelo **CONTRATANTE**.

**PARÁGRAFO PRIMEIRO** – Os serviços serão executados sob demanda, conforme necessidade do **CONTRATANTE**, observadas as condições, quantidades e exigências estabelecidas no Termo de Referência e em seus anexos.

**PARÁGRAFO SEGUNDO** – A Unidade de Gestão Comercial e Eventos será responsável pela aprovação prévia das demandas e serviços solicitados, antes da execução final, determinando a produção e a veiculação das peças publicitárias.

**PARÁGRAFO TERCEIRO** – Os serviços executados em municípios do Estado do Amazonas fora da capital Manaus deverão ter seus custos de deslocamento, tais como passagens aéreas ou fluviais, diárias e ajuda de custo, discriminados como item específico no orçamento da respectiva Ordem de Serviço, sujeitos à aprovação prévia do **CONTRATANTE** antes da execução. Não será admitida a inclusão de custos de deslocamento de forma genérica ou global no valor da Ordem de Serviço. Os valores efetivamente incorridos deverão ser comprovados por documentação fiscal e, em localidades sem infraestrutura fiscal adequada, por declaração da **CONTRATADA** com a indicação do meio de transporte utilizado e do custo real, devidamente ratificada pelo gestor do contrato, sendo tais valores anexados à nota fiscal correspondente para fins de liquidação.

**PARÁGRAFO QUARTO** – Considera-se de responsabilidade da **CONTRATADA** o gerenciamento do contrato, o gerenciamento de pessoal, o controle das atividades desenvolvidas pelos profissionais, o treinamento e capacitação de pessoal e o gerenciamento de contingência para manutenção ininterrupta dos serviços, bem como eventuais danos causados ao **CONTRATANTE** ou a terceiros decorrentes de sua culpa ou dolo na execução dos serviços e quaisquer acidentes de que possam ser vítimas seus empregados e prepostos, quando nas dependências do **CONTRATANTE** ou em qualquer outro local onde estejam prestando os serviços, devendo adotar as providências que, a respeito, exigir a legislação em vigor.

**PARÁGRAFO QUINTO** – A execução dos serviços observará, nos casos de campanhas e quando aplicável, o seguinte fluxo operacional:

- I. identificação da demanda pelo **CONTRATANTE**;
- II. realização de briefing, quando necessário, a ser conduzido pela Unidade de Gestão Comercial e Eventos, com a participação da **CONTRATADA**, para definição dos objetivos, público-alvo, escopo, prazos e demais informações necessárias ao adequado desenvolvimento da solução;
- III. formalização da solicitação à **CONTRATADA**, por meio dos instrumentos e sistemas adotados pelo **CONTRATANTE**;
- IV. elaboração, pela **CONTRATADA**, de proposta técnica, plano de mídia e orçamentário, incluindo, quando aplicável, a realização de cotações e a apresentação de memória de cálculo dos custos envolvidos;
- V. análise e aprovação, pelo **CONTRATANTE**, da proposta apresentada, podendo ser solicitados ajustes sempre que necessário;
- VI. emissão da respectiva Ordem de Serviço pelo **CONTRATANTE**, autorizando a **CONTRATADA** a dar início à execução dos serviços;
- VII. execução dos serviços pela **CONTRATADA**, conforme condições aprovadas e respeitando os prazos negociados na etapa de briefing, não ultrapassando os prazos previstos na Cláusula Quinta;
- VIII. análise e aprovação, pelo **CONTRATANTE**, de cada peça desenvolvida na etapa de criação, podendo ser solicitados ajustes sempre que necessário;
- IX. apresentação, pela **CONTRATADA**, de relatórios, comprovações e demais evidências da execução dos serviços, além da reunião de todos os documentos exigidos para a etapa de pagamento;

X. realização do pagamento, conforme condições contratuais e mediante validação das entregas pelo **CONTRATANTE**.

**CLÁUSULA QUINTA – DO PRAZO DE EXECUÇÃO**

Os prazos têm como ponto de partida a solicitação e/ou o envio da ordem de serviço pela equipe do **CONTRATANTE** para a **CONTRATADA**. A ampliação do prazo de entrega, quando necessária, será discutida e aprovada pela Unidade de Gestão Comercial e Eventos.

**PARÁGRAFO PRIMEIRO** – O atendimento ao **CONTRATANTE** deverá ser imediato, em até 60 (sessenta) minutos após a solicitação dos serviços, e os prazos para realização desses serviços deverão seguir as orientações do **CONTRATANTE**.

**PARÁGRAFO SEGUNDO** – Os prazos de criação e entrega das campanhas ou peças avulsas de comunicação serão negociados em reunião de briefing, de acordo com as necessidades do **CONTRATANTE**, não podendo ultrapassar os prazos limites do quadro abaixo:

| ITEM                                                                                                                        | PRAZO (DIAS ÚTEIS) |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| Criação, finalização e entrega de campanhas publicitárias e planos de mídia                                                 | Até 7 dias úteis   |
| Campanha com mais de 3 peças                                                                                                | Até 7 dias úteis   |
| Campanha com menos de 3 peças                                                                                               | Até 4 dias úteis   |
| Planejamento de mídia                                                                                                       | Até 4 dias úteis   |
| Plano publicitário                                                                                                          | Até 10 dias úteis  |
| Peça avulsa                                                                                                                 | Até 2 dias úteis   |
| Jingle                                                                                                                      | Até 3 dias úteis   |
| Roteiro de spot de até 30" para rádio ou 60" para carro de som                                                              | Até 3 dias úteis   |
| Roteiro para VT com captação de imagens e/ou depoimentos ou de tempo superior a 30 segundos                                 | Até 10 dias úteis  |
| VT cartela                                                                                                                  | Até 3 dias úteis   |
| Produção eletrônica com duração entre 30 e 60 segundos                                                                      | Até 5 dias úteis   |
| Produção eletrônica com duração acima de 60 segundos                                                                        | Até 7 dias úteis   |
| Produção e entrega de peças publicitárias gráficas                                                                          | Até 5 dias úteis   |
| Produção gráfica simples                                                                                                    | Até 3 dias úteis   |
| Produção gráfica complexa                                                                                                   | Até 10 dias úteis  |
| Editoração gráfica simples                                                                                                  | Até 5 dias úteis   |
| Peças de oportunidades                                                                                                      | Até 2 dias úteis   |
| Criação de naming, marcas, logotipos, símbolos, ilustrações, estampas e outros elementos de programação e identidade visual | Até 7 dias úteis   |

**CLÁUSULA SEXTA – DA FORMA DE ENTREGA DE MÍDIA NA VIGÊNCIA CONTRATUAL**

A **CONTRATADA** deverá encaminhar, a cada 6 (seis) meses de vigência do contrato e em seus eventuais aditamentos, todas as peças produzidas no âmbito deste contrato e aprovadas pelo **CONTRATANTE**, sem ônus adicional para este, independentemente do formato, meio ou plataforma de veiculação, incluindo, sem se limitar, as seguintes cópias de peças produzidas: I. TV e cinema: cópias em arquivos digitais; II. rádio: cópias em arquivos digitais; III. mídia impressa e material publicitário: cópias com arquivos digitais em alta resolução, finalizados.

**PARÁGRAFO PRIMEIRO** – As peças deverão ser agrupadas e entregues em sistema de armazenamento físico, a exemplo de HD externo, ou em nuvem, e os arquivos apresentados nos formatos definidos pelo **CONTRATANTE**.

**PARÁGRAFO SEGUNDO** – Caso as mídias indicadas se tornem tecnologicamente obsoletas, o **CONTRATANTE** indicará mídia substituta para envio da cópia das peças produzidas.

**PARÁGRAFO TERCEIRO** – A **CONTRATADA** deverá disponibilizar ao **CONTRATANTE** as informações que forem solicitadas a respeito da mídia utilizada.

**PARÁGRAFO QUARTO** – A **CONTRATADA** deverá disponibilizar, sempre que solicitada, as artes abertas de todos os arquivos em produção ou já produzidos, bem como suas fontes tipológicas e imagens, produzidas ou compradas, mantendo arquivo portfólio à disposição do **CONTRATANTE**.

#### **CLÁUSULA SÉTIMA – DO VALOR ESTIMADO E DA REMUNERAÇÃO**

O valor global estimado para 12 (doze) meses das despesas com os serviços objeto deste contrato é de **R\$ 4.000.000,00 (quatro milhões de reais)**.

**PARÁGRAFO PRIMEIRO** – O montante estipulado constitui mera expectativa, não estando o **CONTRATANTE** obrigado a realizar despesas correspondentes à totalidade do valor global estimado, podendo este ser revisto, para mais ou para menos, em casos de alteração da política econômica e/ou revisão no orçamento do **CONTRATANTE** e de seus projetos.

**PARÁGRAFO SEGUNDO** – Caberá à **CONTRATADA** o valor mínimo de serviços correspondente a 15% (quinze por cento) da verba efetivamente utilizada pelo **CONTRATANTE** para o período de 12 (doze) meses, contados a partir da data de assinatura do contrato. A garantia de cota mínima individual será mantida na hipótese de prorrogação do contrato, podendo ser reavaliada a critério exclusivo do **CONTRATANTE**.

**PARÁGRAFO TERCEIRO** – Nos termos da proposta de preços apresentada pela **CONTRATADA**, a remuneração observará os seguintes percentuais:

| <b>QUESITO</b>                                                                                                                                                                                            | <b>PERCENTUAL</b> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| a) Desconto sobre os custos internos, baseado na tabela referencial de preços da FENAPRO – Federação Nacional das Agências de Propaganda                                                                  | _____ %           |
| b) Honorários incidentes sobre custos dos serviços e suprimentos externos orçados junto a fornecedores especializados, selecionados pela agência ou indicados pelo SEBRAE/AM, quando geram veiculação     | _____ %           |
| c) Honorários incidentes sobre custos dos serviços e suprimentos externos orçados junto a fornecedores especializados, selecionados pela agência ou indicados pelo SEBRAE/AM, quando não geram veiculação | _____ %           |

**PARÁGRAFO QUARTO** – O valor dos serviços a serem prestados será orçado pela **CONTRATADA** em cada caso, em função dos custos respectivos, obedecendo rigorosamente, sob pena de responsabilidade, sua compatibilidade com os preços de mercado, e deverá ser submetido à aprovação do **CONTRATANTE**. Todas as demandas solicitadas deverão ser cotadas com, no mínimo, 3 (três) fornecedores, reservando-se o **CONTRATANTE** o direito de efetuar novas cotações a cada processo, visando à obtenção de proposta mais vantajosa.

#### **CLÁUSULA OITAVA – DA FORMA DE PAGAMENTO**

O pagamento decorrente do cumprimento do objeto contratual será efetuado em parcela única, em até 30 (trinta) dias, devidamente atestado pela Unidade demandante, protocolado e analisado pela Unidade de Controladoria, Contabilidade e Finanças – UCOF.

**PARÁGRAFO PRIMEIRO** – Para fins de pagamento dos serviços intermediados pela **CONTRATADA**, as Notas Fiscais de Serviços Eletrônicas – NFS-e referentes aos serviços executados por veículos de divulgação e fornecedores especializados serão emitidas diretamente em nome do **CONTRATANTE**, sempre que a **CONTRATADA** atuar por conta e ordem do **CONTRATANTE**, nos termos do art. 20 da Instrução Normativa SEBRAE nº 48/2023 e do art. 9º, § 2º, da Portaria SUBREC/SEMEF nº 3/2026, ou de outra norma municipal

que venha a substituí-la, não compondo tais valores a base de cálculo do serviço de agenciamento previsto no subitem 10.08 da lista de serviços do ISSQN.

**PARÁGRAFO SEGUNDO** – A **CONTRATADA** emitirá NFS-e própria em nome do **CONTRATANTE**, observando integralmente o rito procedimental, obrigações acessórias, requisitos de emissão e demais disposições previstas na Portaria SUBREC/SEMEF nº 3/2026, ou em norma superveniente, discriminando de forma segregada: I. os serviços de agenciamento efetivamente prestados e respectivos honorários, comissões ou remunerações; II. os valores correspondentes aos fornecedores terceirizados e veículos contratados; III. a relação de todos os fornecedores terceirizados envolvidos, com indicação dos respectivos valores e números das NFS-e correspondentes, observando o disposto no art. 9º, incisos I a III, da referida Portaria.

**PARÁGRAFO TERCEIRO** – Na hipótese de coexistirem serviços enquadrados nos subitens 10.08 e 17.06 da lista de serviços, a **CONTRATADA** deverá apurar as bases de cálculo de forma distinta e emitir NFS-e separadas, na forma do art. 9º, § 1º, da Portaria SUBREC/SEMEF nº 3/2026, ou de norma municipal superveniente aplicável.

**PARÁGRAFO QUARTO** – A apresentação da NFS-e da **CONTRATADA** ficará vinculada às notas fiscais originais dos fornecedores e veículos, bem como aos documentos comprobatórios da efetiva execução dos serviços, para fins de liquidação e pagamento pelo **CONTRATANTE** diretamente à agência contratada, deduzidas as retenções tributárias cabíveis na proporção das receitas de cada beneficiário, inclusive ISSQN retido na fonte, quando aplicável, nos termos do art. 9º, § 3º, da Portaria SUBREC/SEMEF nº 3/2026.

**PARÁGRAFO QUINTO** – A **CONTRATADA** permanecerá responsável pelo repasse integral dos valores devidos aos fornecedores terceirizados e veículos de divulgação, bem como pela apresentação de todas as NFS-e emitidas pelos respectivos prestadores, em conformidade com o Acórdão 699/2022-TCU-Plenário e com o art. 20, §§ 1º a 4º, da Instrução Normativa SEBRAE nº 48/2023.

**PARÁGRAFO SEXTO** – Para fins de comprovação da execução contratual e como condição indispensável para a autorização do pagamento, a **CONTRATADA** deverá apresentar, juntamente com a nota fiscal, Relatório de Execução dos Serviços Prestados, contendo, no mínimo, a descrição detalhada das atividades realizadas, período de execução, profissionais envolvidos, registros comprobatórios e demais informações necessárias à verificação da conformidade com o objeto contratado. O relatório será submetido à análise, validação e atesto da Unidade demandante, podendo ser solicitados esclarecimentos, ajustes ou complementações, hipótese em que o prazo para pagamento somente terá início após o aceite definitivo da execução.

**PARÁGRAFO SÉTIMO** – A nota fiscal correspondente à execução do objeto contratado deverá ser emitida e entregue até o dia 20 de cada mês, antecipando-se a entrega caso o dia 20 recaia em final de semana ou feriado. A data limite inclui as datas para emissão e recebimento da nota fiscal e das evidências pela Unidade demandante e a entrega do processo de pagamento completo na UCOF, obedecidos os prazos estabelecidos no Calendário de Pagamento a Fornecedores e os normativos internos, não sendo aceitas notas fiscais avulsas, assim entendidas as desacompanhadas das devidas comprovações e atestos.

**PARÁGRAFO OITAVO** – A emissão da nota fiscal deverá obedecer ao regime de competência, em conformidade com o prazo de execução da prestação do serviço constante do instrumento contratual.

**PARÁGRAFO NONO** – A **CONTRATADA** deverá encaminhar ao **CONTRATANTE**, em conjunto com a nota fiscal, as seguintes certidões atualizadas: a) certidão negativa conjunta de débitos relativos aos tributos federais e à dívida ativa da União; b) certidão negativa de débitos tributários estadual; c) certidão negativa de débitos tributários municipal; d) certificado de regularidade do FGTS – CRF; e) certidão negativa de débitos trabalhistas – CNDT.

**PARÁGRAFO DÉCIMO** – Caso a **CONTRATADA** seja optante pelo SIMPLES, deverá apresentar, juntamente com a nota fiscal, a devida comprovação, a fim de evitar a retenção na fonte dos tributos e contribuições, conforme legislação em vigor.

**PARÁGRAFO DÉCIMO PRIMEIRO** – A **CONTRATADA** apresentará a nota fiscal para liquidação e pagamento de acordo com os prazos e as datas estabelecidas no calendário de pagamentos do **CONTRATANTE**. O crédito será efetuado em conta bancária de titularidade da **CONTRATADA**, conforme

apresentação de suas notas fiscais devidamente atestadas e aceitas. Não se admitirá o pagamento antecipado sob qualquer pretexto.

**PARÁGRAFO DÉCIMO SEGUNDO** – Para liquidação dos valores será ainda observado que:

- I. o **CONTRATANTE** poderá condicionar o pagamento referente à nota fiscal e/ou recibo da prestação dos contratos que envolvam locação de mão de obra à apresentação dos comprovantes de pagamento e guias de INSS e FGTS, folha de pagamento e pagamento das verbas rescisórias dos colaboradores, a fim de garantir o cumprimento dos direitos trabalhistas por parte da **CONTRATADA**;
- II. o **CONTRATANTE** reserva-se o direito de recusar o pagamento se o objeto contratado não estiver sendo prestado de acordo com o proposto, aceito e contratado;
- III. pelo descumprimento de qualquer das cláusulas estabelecidas neste instrumento, em especial a não apresentação das certidões e demais documentos exigidos, pela apresentação de certidões vencidas ou pela apresentação de documentação em desacordo com o estabelecido, o pagamento somente será efetuado após decisão administrativa;
- IV. o **CONTRATANTE** 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, desde que haja contraditório.

**PARÁGRAFO DÉCIMO TERCEIRO** – Nenhum pagamento isentará a **CONTRATADA** de suas responsabilidades estabelecidas neste contrato, nem implicará aprovação definitiva dos serviços executados, total ou parcialmente.

#### **CLÁUSULA NONA – DAS OBRIGAÇÕES DAS PARTES**

##### **I – DO CONTRATANTE:**

- a) prestar à **CONTRATADA** todas as informações necessárias à execução dos serviços;
- b) conferir os serviços prestados e a nota fiscal, observando a presença de informações necessárias e respectivos valores;
- c) efetuar os pagamentos após a aprovação da execução do serviço, na forma prevista neste instrumento;
- d) emitir, por e-mail, comunicados de inconformidade à **CONTRATADA**, quando não cumpridas as condições estabelecidas expressamente neste instrumento;
- e) notificar a **CONTRATADA**, formal e tempestivamente, quando observadas irregularidades no cumprimento do contrato ou, ainda, quando os comunicados de inconformidade mencionados na alínea anterior não surtirem efeito.

##### **II – DA CONTRATADA:**

- a) atender às solicitações do **CONTRATANTE**, realizando os trabalhos com alto nível de profissionalismo;
- b) executar o objeto do contrato em estrita conformidade com as disposições constantes no edital;
- c) responsabilizar-se integralmente por todo e qualquer dano, prejuízo ou ofensa que, de forma direta ou indireta, possa resultar ao **CONTRATANTE** ou a terceiros, decorrentes dos serviços prestados por meio de seus empregados, prepostos ou terceiros, independentemente de culpa, dolo, imperícia ou negligência, exceto em casos fortuitos ou de força maior previstos no Código Civil Brasileiro, ficando o **CONTRATANTE**, de qualquer forma, isento de toda e qualquer reclamação ou ressarcimento;
- d) arcar com todos os encargos decorrentes da presente contratação, especialmente os referentes a tributos, encargos sociais, contribuições para a Previdência Social e demais despesas diretas ou indiretas;

- e) informar ao **CONTRATANTE** a ocorrência de fatos que possam interferir, direta ou indiretamente, na regularidade do contrato;
- f) manter-se, durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na contratação;
- g) preencher adequadamente o Portal do Fornecedor do **CONTRATANTE** com todas as certidões de regularidade fiscal necessárias;
- h) comunicar ao **CONTRATANTE**, por escrito, qualquer irregularidade na execução deste contrato;
- i) apresentar as notas fiscais contendo a descrição clara dos serviços prestados, dentro dos parâmetros estabelecidos pelo **CONTRATANTE**;
- j) manter no Estado do Amazonas, durante toda a vigência deste contrato, estabelecimento para atender o **CONTRATANTE**, com poderes de decisão, infraestrutura e equipamentos necessários à prestação dos serviços;
- k) prestar os esclarecimentos julgados necessários, bem como informar e manter atualizados os números de telefone, endereço eletrônico e o nome da pessoa autorizada para contatos;
- l) manter preposto para representá-la na execução do contrato, competindo-lhe realizar os procedimentos operacionais demandados;
- m) responsabilizar-se, em caráter irretirável e irrevogável, por quaisquer reclamações trabalhistas ou qualquer outro ato de natureza administrativa ou judicial, inclusive decorrentes de acidente de trabalho, que venham a ser intentadas por seus empregados, prepostos e colaboradores, a qualquer tempo, arcando integralmente com o pagamento de indenizações, multas, honorários advocatícios, custas processuais e demais encargos, podendo, inclusive, ser chamada ao processo pelo **CONTRATANTE** quando este for demandado judicialmente por terceiro;
- n) adotar, no que couber, boas práticas de sustentabilidade, visando à otimização de recursos, redução de desperdícios, menor poluição, racionalização do uso de substâncias tóxicas ou poluentes, promoção da reciclagem e destinação adequada dos resíduos gerados nas atividades pertinentes à execução deste contrato, bem como a separação dos resíduos recicláveis descartados e a coleta seletiva dos materiais para reciclagem, quando for o caso;
- o) zelar pela proteção dos dados a que tiver acesso em decorrência da execução deste contrato, evitando o compartilhamento inadequado de informações referentes a terceiros e clientes do **CONTRATANTE**; na qualidade de operadora de dados pessoais, na forma da Lei nº 13.709/2018, apresentar, em até 30 (trinta) dias contados do início da execução contratual, Plano de Governança de Privacidade para o tratamento de dados de leads coletados em landing pages, redes sociais e demais plataformas digitais, garantindo que o **CONTRATANTE** seja o único titular das bases de dados e que estas sejam integralmente transferidas ao término ou rescisão do contrato, sendo vedado o uso dessas informações para finalidade diversa ou para atendimento de outros clientes da agência;
- p) restringir sua atuação, em relação a materiais promocionais institucionais, tais como brindes, bônus, sacolas, calendários e cordões de crachá, à criação do layout, à adaptação visual conforme o Manual de Marca do **CONTRATANTE** e à supervisão da produção gráfica junto a fornecedores especializados, quando demandada. A aquisição direta desses itens, o controle de estoque e a distribuição são de responsabilidade exclusiva do **CONTRATANTE**, devendo ser objeto de processo de compra próprio, preferencialmente por Ata de Registro de Preços. É vedada a inclusão, nas Ordens de Serviço emitidas no âmbito deste contrato, de fornecimento de itens físicos padronizados em quantidade que caracterize atividade de distribuição ou gestão de estoque por parte da agência, nos termos do art. 3º, § 1º, da Instrução Normativa SEBRAE nº 48/2023;
- q) manter, durante toda a vigência contratual, a equipe técnica mínima indicada em sua proposta técnica, nas funções e quantitativos exigidos no Termo de Referência, não podendo o número mínimo de funções ser reduzido, cabendo à **CONTRATADA** dimensionar o aumento da equipe, caso necessário, para a perfeita execução dos serviços contratados;

- r) manter equipe técnica habilitada, composta por profissionais qualificados aptos a serem acionados conforme a complexidade, o porte ou a simultaneidade das demandas, garantindo capacidade de atendimento integral às ações do **CONTRATANTE**.

**PARÁGRAFO ÚNICO** – A equipe técnica mínima a ser mantida pela **CONTRATADA** durante a vigência contratual é a seguinte:

| <b>FUNÇÃO</b>                                               | <b>QTD</b> | <b>QUALIFICAÇÃO E EXPERIÊNCIA</b>                                                                                                                                                                                                                 |
|-------------------------------------------------------------|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Gerente de Conta ou de Atendimento (exclusivo para a conta) | 01         | Superior completo em Comunicação Social (qualquer habilitação), Propaganda e Marketing, Administração de Empresas ou áreas correlacionadas ao Marketing, com atuação como Gerente de Atendimento em empresas de comunicação e propaganda          |
| Diretor de Criação                                          | 01         | Superior completo em Comunicação Social (qualquer habilitação), Propaganda e Marketing ou Design, com atuação como diretor de criação em empresas de comunicação e propaganda                                                                     |
| Diretor de Arte                                             | 01         | Superior completo em Comunicação Social (qualquer habilitação), Propaganda e Marketing, áreas correlacionadas ao Marketing, Design ou Desenho Industrial, com atuação como diretor de arte em empresas de comunicação e propaganda                |
| Gerente de Mídia                                            | 01         | Superior completo em Comunicação Social (qualquer habilitação), Propaganda e Marketing, Administração de Empresas ou áreas correlacionadas ao Marketing, com atuação como coordenador de mídia em empresas de comunicação, propaganda ou veículos |
| Designer Gráfico                                            | 02         | Superior completo em Propaganda e Marketing, áreas correlacionadas ao Marketing, Design ou Desenho Industrial, com atuação como arte-finalista em empresas de comunicação ou propaganda                                                           |
| Profissional de Produção Gráfica                            | 01         | Ensino médio e curso técnico especializado em Produção Gráfica, com atuação como Coordenador de Produção Gráfica em empresas de comunicação ou propaganda                                                                                         |

#### **CLÁUSULA DÉCIMA – DOS DIREITOS AUTORAIS E DO USO DA IMAGEM**

O produto final decorrente da execução do objeto será de propriedade do **CONTRATANTE**, ficando desde já ajustada a cessão, pela **CONTRATADA**, dos direitos patrimoniais de autor sobre as obras e criações publicitárias desenvolvidas, em caráter total, exclusivo, irrevogável e por prazo indeterminado, para todos os territórios e meios de veiculação atuais ou futuros, nos limites da legislação aplicável, sem prejuízo da manutenção dos direitos morais do autor, que são inalienáveis.

**PARÁGRAFO PRIMEIRO** – Os materiais audiovisuais produzidos em decorrência deste contrato, compreendidos vídeos, fotografias, áudios, imagens, animações e demais conteúdos, terão seu uso restrito exclusivamente às finalidades institucionais do **CONTRATANTE**, conforme definido no objeto contratual.

**PARÁGRAFO SEGUNDO** – É vedado à **CONTRATADA**, bem como a terceiros, utilizar, reproduzir, divulgar, comercializar, ceder, sublicenciar ou reutilizar, total ou parcialmente, os materiais produzidos, para qualquer finalidade diversa, inclusive portfólio, redes sociais, material promocional ou comercial, sem prévia e expressa autorização por escrito do **CONTRATANTE**, sob pena de aplicação das sanções cabíveis.

**PARÁGRAFO TERCEIRO** – A **CONTRATADA** deverá garantir que todos os profissionais envolvidos na execução dos serviços, inclusive eventuais subcontratados quando autorizados, renunciem a qualquer direito de uso autônomo das imagens, responsabilizando-se integralmente por eventuais reivindicações de direitos autorais, de imagem ou conexos.

**PARÁGRAFO QUARTO** – O descumprimento do disposto nesta cláusula poderá ensejar a aplicação das penalidades previstas neste contrato e na legislação vigente, sem prejuízo da responsabilização civil e administrativa cabível.

**CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DA SUBCONTRATAÇÃO**

A **CONTRATADA** não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços previstos neste contrato, sendo admitida, em caráter excepcional, a subcontratação de atividades acessórias ou complementares, desde que previamente autorizada pelo **CONTRATANTE**, permanecendo impedida a subcontratação das atividades essenciais relacionadas ao objeto contratual.

**PARÁGRAFO PRIMEIRO** – É vedada a subcontratação de empresas participantes do certame, conforme o art. 39 do Regulamento de Licitações e Contratos do Sistema SEBRAE.

**PARÁGRAFO SEGUNDO** – A subcontratação ficará condicionada à prévia e expressa autorização do **CONTRATANTE**, devendo a **CONTRATADA** justificar formalmente a necessidade, indicando o serviço a ser subcontratado e a empresa responsável pela sua execução.

**CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DA RESPONSABILIDADE TRABALHISTA E DOS ENCARGOS PREVIDENCIÁRIOS E TRIBUTÁRIOS**

É de inteira e exclusiva responsabilidade da **CONTRATADA** o cumprimento de todas as obrigações trabalhistas, previdenciárias, fiscais, tributárias e comerciais decorrentes da execução do objeto deste contrato, inclusive aquelas relativas à remuneração, salários, benefícios, encargos sociais, contribuições previdenciárias, tributos, seguros, indenizações e demais obrigações legais ou convencionais devidas aos seus empregados, prepostos, colaboradores ou subcontratados.

**PARÁGRAFO PRIMEIRO** – A **CONTRATADA** assume integral responsabilidade pela gestão, direção e supervisão de sua equipe, não se estabelecendo, em nenhuma hipótese, vínculo empregatício, societário ou de qualquer outra natureza entre os profissionais por ela alocados e o **CONTRATANTE**, ainda que tais profissionais atuem nas dependências deste ou em eventos institucionais.

**PARÁGRAFO SEGUNDO** – A **CONTRATADA** deverá manter seus profissionais devidamente registrados e em conformidade com a legislação trabalhista e previdenciária vigente, responsabilizando-se integralmente por quaisquer reclamações, demandas judiciais, administrativas ou extrajudiciais que venham a ser propostas por seus empregados, prepostos ou terceiros em decorrência da execução contratual.

**PARÁGRAFO TERCEIRO** – Eventual fiscalização exercida pelo **CONTRATANTE** quanto ao cumprimento das obrigações contratuais não caracteriza subordinação, ingerência ou vínculo empregatício, nem transfere ao **CONTRATANTE** qualquer responsabilidade pelos encargos de responsabilidade da **CONTRATADA**.

**PARÁGRAFO QUARTO** – O descumprimento das obrigações previstas nesta cláusula poderá ensejar a aplicação das penalidades contratuais cabíveis, sem prejuízo da responsabilização civil, administrativa e financeira da **CONTRATADA**.

**PARÁGRAFO QUINTO** – 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 TERCEIRA – DA VIGÊNCIA**

A vigência deste contrato será de **12 (doze) meses**, contados a partir da data de sua assinatura, para fins de aquisição dos serviços, podendo ser prorrogado, por comum acordo entre as partes, nos termos do que dispõe o Regulamento de Licitações e Contratos do Sistema SEBRAE.

**PARÁGRAFO ÚNICO** – Na hipótese de prorrogação contratual, os valores serão reajustados anualmente com base no Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo – IPCA, apurado pelo IBGE, tomando-se como data-base o mês de assinatura do contrato, em conformidade com o art. 3º, alínea “h”, da Instrução Normativa SEBRAE nº 36/2024. O reajuste não depende de prévio requerimento da **CONTRATADA**, devendo ser formalizado por apostilamento.

**CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DA GESTÃO E DA FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO**

O contrato será gerido pela colaboradora **AMANDA DIAS DO NASCIMENTO**, Analista Técnica da Unidade de Gestão Comercial e Eventos – UGCE (amandad.brito@am.sebrae.com.br).

**PARÁGRAFO PRIMEIRO** – O contrato será fiscalizado pelo colaborador **LUAN PAES DE MENEZES**, Gerente da Unidade de Gestão Comercial e Eventos – UGCE, na qualidade de Fiscal Técnico do Contrato, nos termos do art. 3º da Instrução Normativa SEBRAE nº 36/2024, sendo o responsável pelo acompanhamento e pela fiscalização técnica da execução contratual, incluindo a apuração dos indicadores previstos no Acordo de Nível de Serviços – ANS e o ateste das notas fiscais.

**PARÁGRAFO SEGUNDO** – A substituição do gestor ou do fiscal do contrato será formalizada por comunicação escrita à **CONTRATADA**, independentemente de termo aditivo.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

**Unidade:** UGCE – Unidade de Gestão Comercial e Eventos

**Projeto:** AM2026 – Marketing de Produtos e Serviços

**Ação:** Divulgação e marketing de produtos e serviços

**Fonte de Recursos:** CSO

#### **CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – DA ANTICORRUPÇÃO**

As partes se comprometem a atuar exclusivamente dentro do escopo da lei aplicável em vigor.

**PARÁGRAFO PRIMEIRO** – A **CONTRATADA** assume que é expressamente contrária à prática de atos lesivos à administração pública, nacional ou estrangeira, assim entendidos todos aqueles atos que atentem contra o patrimônio público nacional ou estrangeiro, contra os princípios da administração pública ou contra os compromissos internacionais assumidos pelo Brasil.

**PARÁGRAFO SEGUNDO** – Para fins de cumprimento do disposto na presente cláusula, a **CONTRATADA** declara que:

- a) está ciente, conhece e entende os termos das leis anticorrupção brasileiras ou de quaisquer outras aplicáveis sobre o objeto do presente contrato;
- b) não foi condenada pelas práticas previstas na Lei nº 12.846/2013;
- c) seus sócios, diretores, administradores, empregados, assessores, prepostos e colaboradores não cometerão qualquer ato ilícito nem auxiliarão, incitarão ou instigarão terceiros a cometerem atos ilícitos, que incluem oferecer, conceder, requerer ou aceitar pagamentos, doações, compensação, benefícios ou quaisquer outras vantagens indevidas e/ou ilegais para si ou para terceiros, bem como o desvio de finalidade do presente contrato, ou atos lesivos expressamente previstos na Lei nº 12.846/2013, que constituam prática ilegal ou de corrupção, seja de forma direta ou indireta quanto ao objeto deste contrato.

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

**PARÁGRAFO QUARTO** – Caso a **CONTRATADA** viole essas regras, poderá o **CONTRATANTE** rescindir motivadamente o contrato.

**PARÁGRAFO QUINTO** – A **CONTRATADA** se obriga a arcar com todos os prejuízos gerados ao **CONTRATANTE** relativos a todo e qualquer passivo, demandas, perdas e/ou danos, penalidades decorrentes de responsabilização administrativa e civil, na forma da Lei nº 12.846/2013, custas judiciais, honorários advocatícios e eventuais outras despesas que porventura venha a 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 ao **CONTRATANTE**.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – DA RESCISÃO E SEUS MOTIVOS**

Este contrato poderá ser rescindido por iniciativa de qualquer uma das partes, ficando estabelecido que aquela que der causa à rescisão deverá notificar formalmente a outra, com antecedência mínima de 30 (trinta) dias,

ou, ainda, pela superveniência de dispositivo legal ou regulamentar que torne a execução 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, inclusive quanto às Ordens de Serviço em execução e aos compromissos já assumidos perante veículos e fornecedores mediante autorização prévia do **CONTRATANTE**.

**PARÁGRAFO SEGUNDO** – Além dos motivos descritos no caput, a rescisão contratual poderá ocorrer administrativamente, pelo **CONTRATANTE**, na ocorrência de qualquer dos eventos a seguir, cumulativa ou isoladamente:

- I. não cumprimento ou 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 a 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 perda ou a suspensão do Certificado de Qualificação Técnica expedido pelo CENP, bem como a perda de qualquer das condições de habilitação exigidas na contratação;
- VIII. a suspensão de sua execução, por ordem escrita do **CONTRATANTE**, por prazo superior a 30 (trinta) dias, salvo motivos de força maior regularmente justificados.

**PARÁGRAFO TERCEIRO** – Administrativamente, pela **CONTRATADA**, quando o **CONTRATANTE** não cumprir suas obrigações estipuladas neste instrumento.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA – DAS PENALIDADES**

Nas hipóteses de inexecução total ou parcial, salvo caso fortuito ou força maior, execução imperfeita ou qualquer outra infração do presente instrumento, a **CONTRATADA**, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal, ficará sujeita às seguintes penalidades: a) advertência verbal ou escrita; b) multa percentual; c) rescisão administrativa do contrato; d) suspensão do direito de contratar com o Sistema SEBRAE pelo prazo de 02 (dois) anos.

**PARÁGRAFO PRIMEIRO** – A aplicação da penalidade de multa percentual ficará a critério do **CONTRATANTE**, podendo optar este, inclusive concomitantemente, pela penalidade de rescisão administrativa, sem prejuízo da aplicação daquela.

**PARÁGRAFO SEGUNDO** – A multa percentual não terá caráter compensatório e o seu pagamento não eximirá a **CONTRATADA** das responsabilidades por perdas e danos decorrentes de infrações cometidas.

**PARÁGRAFO TERCEIRO** – A penalidade prevista na alínea “a” poderá ser aplicada juntamente com a penalidade da alínea “b”, facultada à **CONTRATADA** a defesa prévia no prazo de 05 (cinco) dias úteis da notificação recebida.

**PARÁGRAFO QUARTO** – A multa de que trata a alínea “b” será aplicada nos seguintes parâmetros, considerada a natureza sob demanda da contratação:

- a) 0,5% (cinco décimos por cento) por dia de atraso, incidente sobre o valor da Ordem de Serviço em atraso, limitada a 10% (dez por cento) desse valor;

- b) 10% (dez por cento) sobre o valor da Ordem de Serviço, em caso de inexecução parcial ou execução imperfeita da demanda;
- c) 10% (dez por cento) sobre o valor global estimado do contrato, em caso de inexecução total ou de rescisão por culpa da **CONTRATADA**.

**PARÁGRAFO QUINTO** – Uma vez aplicada a multa, esta deverá ser recolhida à Tesouraria do **CONTRATANTE** no prazo de 05 (cinco) dias a contar da data do recebimento da notificação. O **CONTRATANTE** poderá cobrá-la judicialmente, se assim julgar conveniente, ou descontá-la dos créditos a que tenha direito a **CONTRATADA**, ainda que inexistir relação de causa e efeito entre o valor faturado e o fato gerador da multa.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA NONA – DA INEXISTÊNCIA DE IMPEDIMENTO E DE GRAU DE PARENTESCO**

A assinatura deste contrato importa na afirmativa, pela **CONTRATADA**, de que:

- a) inexistir impedimento de qualquer natureza para o estabelecimento da relação jurídica com o Sistema SEBRAE/AM;
- b) inexistir, 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 (cento e oitenta) 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 VIGÉSIMA – DO ADITAMENTO**

Qualquer alteração relativa a este instrumento será celebrada mediante termo aditivo, cabendo a elaboração deste ao **CONTRATANTE**.

#### **CLÁUSULA VIGÉSIMA PRIMEIRA – 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 e fiscalizadores sobre a matéria.

**PARÁGRAFO PRIMEIRO – Diretrizes de tratamento** – A **CONTRATADA** seguirá as instruções recebidas do **CONTRATANTE** em relação ao tratamento dos Dados Pessoais, além de observar e cumprir as normas legais vigentes aplicáveis, devendo 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 **CONTRATANTE**.

**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 relacionadas 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 art. 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:

- 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;

- b) cumprir 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;
- c) utilizar tecnologias visando à proteção das informações em todas as comunicações com compartilhamento de Dados Pessoais ao **CONTRATANTE**;
- d) 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, a difusão ou o acesso não autorizado, além de garantir que o ambiente, físico ou lógico, utilizado para o tratamento seja estruturado de forma a atender os requisitos de segurança, os padrões de boas práticas e de governança e os princípios gerais previstos em lei.

**PARÁGRAFO SEXTO – Registro das atividades** – A **CONTRATADA** deverá realizar o registro de todas as atividades realizadas em seus sistemas e ambientes que realizem tratamento de Dados Pessoais sob determinação do **CONTRATANTE**, de modo a permitir a identificação de quem as realizou, devendo tais registros conter, no mínimo: ação; identificação de usuários do sistema; data e hora da ação, com referência UTC, com relógios sincronizados com a hora legal brasileira e de acordo com o protocolo NTP de sincronização; e session ID da conexão utilizada.

**PARÁGRAFO SÉTIMO – Subcontratação de operadores** – A **CONTRATADA** somente poderá subcontratar qualquer parte dos serviços que envolvam o tratamento de Dados Pessoais para um ou mais terceiros (“Suboperadores”) mediante consentimento prévio e por escrito do **CONTRATANTE**. Neste caso, deverá celebrar contrato escrito com o Suboperador para obrigá-lo às mesmas obrigações impostas por este contrato, no que for aplicável aos serviços subcontratados, descrever os serviços subcontratados e descrever as medidas técnicas e organizacionais que o Suboperador deverá implementar.

**PARÁGRAFO OITAVO – 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 **CONTRATANTE** relatórios sobre esses controles sempre que solicitado.

**PARÁGRAFO NONO – Notificação** – A **CONTRATADA** deverá notificar o **CONTRATANTE** 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 em seus Suboperadores; (iv) de quaisquer exposições ou ameaças em relação à 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 DÉCIMO – Colaboração** – A **CONTRATADA** compromete-se a auxiliar o **CONTRATANTE** no cumprimento de 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, bem como no cumprimento das obrigações decorrentes dos direitos dos titulares dos Dados Pessoais, principalmente por meio de medidas técnicas e organizacionais adequadas.

**PARÁGRAFO DÉCIMO PRIMEIRO – Propriedade dos dados** – O presente contrato não transfere a propriedade ou o controle dos dados do **CONTRATANTE** ou de seus clientes, inclusive Dados Pessoais, para a **CONTRATADA**. Os dados gerados, obtidos ou coletados a partir da prestação dos serviços ora contratados são e continuarão de propriedade do **CONTRATANTE**, inclusive quanto a qualquer novo elemento de dados, produto ou subproduto que seja criado a partir do tratamento estabelecido por este contrato, abrangidas as bases de leads captados em landing pages, redes sociais e demais plataformas digitais.

**PARÁGRAFO DÉCIMO SEGUNDO – Tratamento de dados no exterior** – Todo e qualquer tratamento de dados fora do Brasil depende de autorização prévia e por escrito do **CONTRATANTE** à **CONTRATADA**.

**PARÁGRAFO DÉCIMO TERCEIRO** – Sempre que dados ou registros forem solicitados pelo **CONTRATANTE** 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 **CONTRATANTE** antes de fornecê-los, se possível.

**PARÁGRAFO DÉCIMO QUARTO – Atuação restrita** – O **CONTRATANTE** não autoriza a **CONTRATADA** 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 QUINTO – Devolução dos dados** – A **CONTRATADA** se compromete a devolver todos os dados a que vier a ter acesso em até 30 (trinta) dias nos casos em que o contrato for rescindido ou com o seu término, não devendo guardar, armazenar ou reter os dados por tempo superior ao prazo legal ou necessário para a execução do presente contrato. Caso os dados estejam contidos em um banco de dados, além de restituí-lo, entregará 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 **CONTRATANTE**, 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 à 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 dados pessoais, pode 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 **CONTRATANTE** tem o direito de realizar auditoria, por si ou por terceiro por ele indicado, 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, o **CONTRATANTE**, de forma justificada, ainda possua questionamentos quanto à conformidade à LGPD, poderá realizar auditoria presencial, mediante autorização e nos limites estabelecidos pela **CONTRATADA**, obrigando-se a encaminhar o escopo e o cronograma com prazo razoável acordado entre as partes e comprometendo-se a não solicitar documentos de clientes. O andamento das operações da **CONTRATADA** não poderá ser afetado em caso de realização de auditoria presencial.

**PARÁGRAFO DÉCIMO NONO** – O **CONTRATANTE** 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 qualquer diminuição da 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 **CONTRATANTE** 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 **CONTRATANTE**, 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 SEGUNDA – DO AGENTE DE TRATAMENTO CONTROLADOR**

A parte que receber, armazenar, transmitir ou administrar dados pessoais garantirá a devida proteção e manuseio desses dados em conformidade com a Lei nº 13.709/2018, além das demais regras aplicáveis. Para os fins deste contrato, informações ou dados pessoais significam todas as informações recebidas pela parte, em qualquer forma tangível ou intangível, referentes a, ou que pessoalmente identifiquem ou tornem identificável, qualquer titular de dados pessoais.

Em relação a esses dados pessoais coletados pelas partes, compete-lhes:

- I. usá-los apenas e estritamente para os propósitos para os quais estão sendo transmitidos e sempre referentes aos serviços descritos neste contrato;
- II. tomar as medidas necessárias, levando em consideração os custos e possíveis consequências, para efetivamente evitar o uso não autorizado, a divulgação, a perda acidental, a destruição ou a

danificação dos dados pessoais recebidos, incluindo implementar sistemas de segurança apropriados e limitar o conhecimento e a manipulação dos dados pessoais apenas às pessoas que necessitem conhecê-los para que se atinjam os objetivos;

- III. não terceirizar ou subcontratar o processamento dos dados pessoais recebidos, nem transferir o processamento ou tratamento para qualquer outra empresa ou terceiro, inclusive no exterior, sem o termo de consentimento prévio dos indivíduos cujos dados estão sendo transmitidos, tampouco divulgar ou compartilhar com terceiros quaisquer dados pessoais recebidos, salvo mediante consentimento prévio e por escrito;
- IV. não modificar qualquer finalidade ou propósito para o qual foi autorizada a transmissão, o uso e/ou o processamento de dados pessoais, assim como não combinar dados de diferentes indivíduos;
- V. eliminar os dados quando da conclusão das finalidades para as quais tais dados foram transmitidos, salvo as hipóteses legais, incluindo, mas não se limitando, àquelas do art. 16 da Lei nº 13.709/2018;
- VI. permitir, a qualquer tempo, a retificação de tais dados na forma da lei, com relação aos dados e informações pessoais tratados;
- VII. admitir e responsabilizar-se integralmente pelo descumprimento de qualquer condição legal ou contratual com relação a tratamento de dados, sendo certo que, na hipótese de violação, poderá a parte adimplente rescindir o presente instrumento por justa causa, além do dever de a parte inadimplente reembolsar qualquer custo e prejuízo eventualmente incorrido, inclusive por força de atuação de qualquer autoridade fiscalizadora ou agência governamental de proteção de dados no Brasil.

#### **CLÁUSULA VIGÉSIMA TERCEIRA – 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 VIGÉSIMA QUARTA – 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 02 (duas) vias de igual forma e teor, na presença das testemunhas abaixo.

Manaus (AM), \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2026.

#### **CONTRATANTE:**

**ANANDA CARVALHO NORMANDO PESSÔA**

Diretora Superintendente

**ADRIANNE ANTONY GONÇALVES**

Diretora Administrativa e Financeira

**LUAN PAES DE MENEZES**

Gerente UGCE

#### **CONTRATADA:**

\_\_\_\_\_  
Representante legal

CPF nº \_\_\_\_\_



## CONCORRÊNCIA

CO – (001/26)

### TESTEMUNHAS:

1 - \_\_\_\_\_  
CPF nº \_\_\_\_\_

2 - \_\_\_\_\_  
CPF nº \_\_\_\_\_