CONCORRÊNCIA SEBRAE/PR N.º 02/2015

CONTRATAÇÃO, SOB DEMANDA, DE EMPRESA ESPECIALIZADA PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS PROFISSIONAIS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA ATENDER ÀS NECESSIDADES DO SEBRAE/PR.

CURITIBA
AGOSTO/2015

PREÂMBULO **3**
1. DO OBJETO **3**
2. DOS RECURSOS FINANCEIROS **3**
3. DOS QUESTIONAMENTOS E IMPUGNAÇÃO **3**
4. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO **4**
5. DOS ENVELOPES E CAIXAS **4**
6. DA DOCUMENTAÇÃO DO ENVELOPE N° 1 – DOCUMENTOS PARA CREDENCIAMENTO **7**
7. DA DOCUMENTAÇÃO DOS ENVELOPES "2A" E CAIXAS "2B" - PROPOSTA TÉCNICA **8**
8. DA DOCUMENTAÇÃO DO ENVELOPE N° 3 – PROPOSTA COMERCIAL **14**
9. DA DOCUMENTAÇÃO DO ENVELOPE N° 4 – DOCUMENTOS PARA HABILITAÇÃO **16**
10. DO RECEBIMENTO DOS ENVELOPES **18**
11. DA ABERTURA DOS ENVELOPES "2A" E CAIXAS "2B" – PROPOSTA TÉCNICA e "2C" – REVELAÇÃO DO PSEUDÔNIMO **18**
12. DA DOCUMENTAÇÃO DO ENVELOPE N° 3 – PROPOSTA COMERCIAL **20**
13. DA ABERTURA DO ENVELOPE N.º 4 – DOCUMENTOS PARA HABILITAÇÃO **21**
14. DOS RECURSOS **21**
15. DA HOMOLOGAÇÃO E DA ADJUDICAÇÃO **22**
16. DA ASSINATURA DO CONTRATO E PRESTAÇÃO DA GARANTIA **22**
17. DAS PENALIDADES **23**
18. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS **26**
19. LISTA DE ANEXOS **27**
20. ANEXO I – DESCRIÇÃO DO OBJETO **28**
21. ANEXO II – PROPOSTA COMERCIAL **32**
22. ANEXO III – TERMO DE DECLARAÇÃO **33**
23. ANEXO IV – MINUTA DE CONTRATO **34**
24. ANEXO V – TERMO DE DECLARAÇÃO DE MICROEMPRESA OU EMPRESA DE PEQUENO PORTE **52**
25. ANEXO VI – FORMULÁRIO **53**
26. ANEXO VII – MODELO DE ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA **54**
27. ANEXO VIII – BRIEFING **55**
28. ANEXO IX – REGULAMENTO DE LICITAÇÕES E DE CONTRATOS DO SISTEMA SEBRAE **66**
29. ANEXO X – NI 02 – PAGAMENTOS E REEMBOLSO DE DESPESAS A TERCEIROS **66**

PREÂMBULO

O SEBRAE/PR - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Paraná, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ 75.110.585/0001-00, com sede na Rua Caeté 150, Prado Velho, Curitiba, PR, por intermédio de sua Comissão Permanente de Licitação do SEBRAE/PR, designada pela Resolução DIREX nº 16/2014, torna público que realizará licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA,** tipo **Técnica e Preço,** regida pelo Regulamento de Licitações e Contratos do Sistema SEBRAE, conforme Resolução CDN n.º 213/2011, publicada no D.O.U. de 26.5.2011, por este Edital de Concorrência e seus Anexos, sob o n.º **02/2015**, em sessão pública, às **09h00min (nove horas) do dia 31 de agosto de 2015,** na sede do SEBRAE/PR, localizada na Rua Caeté, n.º 150, Prado Velho, em Curitiba, Estado do Paraná, onde serão recebidos os envelopes contendo a Documentação para Credenciamento, as Propostas Técnica e de Preço e a Documentação para Habilitação em conformidade com o presente Edital e seus respectivos Anexos.

Mais informações poderão ser solicitadas ao SEBRAE/PR, somente por escrito, pelo *e-mail* licitacoes@pr.sebrae.com.br, aos cuidados da Comissão Permanente de Licitação ou através do Canal do Fornecedor do SEBRAE/NA, www.sebrae.com.br, no *link* "Licitações".

O edital pode ser retirado gratuitamente no Portal do SEBRAE/PR www.sebraepr.com.br, no Canal do Fornecedor do SEBRAE/NA, www.sebrae.com.br, ambos no *link* "Licitações" ou na sede do SEBRAE/PR, em Curitiba, no endereço acima indicado.

1. DO OBJETO

1.1 A presente licitação tem por objeto a contratação, sob demanda, de empresa especializada para a prestação de serviços profissionais de publicidade e propaganda, em todos os meios de comunicação, e de apoio às atividades de Comunicação e Marketing, dentre outros, para o SEBRAE/PR e conforme a necessidade, produção e acompanhamento de peças gráficas, eletrônicas e digitais; estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução, intermediação e supervisão da execução externa, distribuição e controle de veiculação de planos, projetos, programas e campanhas publicitárias institucionais e mercadológicas, para produtos, serviços e eventos do SEBRAE/PR, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral, dentre outros, a serem prestados por 01 (uma) agência de propaganda.

1.2 A descrição detalhada do objeto encontra-se no **ANEXO I** do presente edital.

2. DOS RECURSOS FINANCEIROS

2.1 Os recursos financeiros, necessários à execução do objeto deste edital, correrão por conta de diversos códigos orçamentários das unidades solicitantes, ficando a discriminação destes vinculado ao projeto para o qual sejam efetuadas as solicitações, cujo valor estimado para prestação dos serviços ora licitados, está previsto conforme abaixo:

2.1.1 O valor orçamentário previsto para contratação do objeto descrito no **ANEXO I** do presente Edital é de até R$ 6.000.000,00 (seis milhões de reais) por 12 (doze) meses de contrato.

2.2 A estimativa de valor previsto no subitem 2.1.1 constitui-se em mera previsão, tendo em vista as demandas do SEBRAE/PR apuradas durante os anos de 2013 e 2014.

2.2.1 O SEBRAE/PR não está obrigado a realizar o valor descrito no item 2.1.1 em sua totalidade, não cabendo à licitante vencedora, nesse caso, o direito de pleitear qualquer tipo de indenização.

3. DOS QUESTIONAMENTOS E IMPUGNAÇÃO

3.1 Questionamentos poderão ser encaminhados ao SEBRAE/PR, somente por escrito, pelo *e-mail*: licitacoes@pr.sebrae.com.br ou pelo Canal do Fornecedor através do portal www.sebrae.com.br (no link licitações) aos cuidados da Comissão Permanente de Licitação, até o momento de abertura do certame licitatório.

3.1.1 Só terão validade os esclarecimentos sobre o conteúdo deste edital que forem prestados por escrito pela Comissão de Licitação.

3.2 Este edital poderá ser impugnado, no todo ou em parte, até 2 (dois) dias úteis antes da data fixada para a sessão pública de abertura e julgamento das propostas das licitantes, estabelecida no preâmbulo.

3.2.1 As impugnações deverão ser dirigidas à Comissão de Licitação, devendo ser feitas por escrito e protocoladas por um de seus membros, no endereço indicado no preâmbulo deste edital, das 9 às 17 horas.

3.3 As respostas aos questionamentos e impugnações serão divulgadas nos *sites* www.sebraepr.com.br e www.sebrae.com.br, no *link* "Licitações".

3.4 Não impugnado o ato convocatório, preclui toda a matéria nele constante.

4. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

4.1 Poderão participar desta licitação as empresas legalmente constituídas no país, operando nos termos da legislação vigente, cuja finalidade e o ramo de atuação sejam, comprovadamente, compatíveis com o objeto desta licitação e que atendam integralmente às condições deste Edital e seus anexos.

4.2 A simples participação nesta licitação implica na aceitação integral e irrestrita das condições estabelecidas neste Edital e seus anexos.

4.3 É vedada a participação na licitação de empresas que:

4.3.1 tenham em seu quadro, dirigente ou empregado do Sistema SEBRAE, bem como ex-empregados ou ex-dirigentes de quaisquer das entidades ao mesmo operacionalmente vinculadas, estes até 180 (cento e oitenta) dias da data da respectiva demissão;

4.3.2 atuem em consórcio e em cooperativas;

4.3.3 estejam em processo de falência ou recuperação;

4.3.4 estejam cumprindo suspensão por qualquer uma das entidades do Sistema SEBRAE.

5. DOS ENVELOPES E CAIXAS

5.1 Os documentos constantes em cada um dos envelopes deverão ser entregues obrigatoriamente em envelopes distintos, fechados (com cola branca simples) e opacos, trazendo na sua parte frontal externa as seguintes informações:

5.1.1 Envelope n.º 1 - CONCORRÊNCIA SEBRAE/PR n º 02/2015
CONTRATAÇÃO, SOB DEMANDA, DE EMPRESA ESPECIALIZADA PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS PROFISSIONAIS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA ATENDER ÀS NECESSIDADES DO SEBRAE/PR.
Conteúdo: DOCUMENTOS PARA CREDENCIAMENTO
Dia e horário de abertura do envelope
Empresa: (citar, por extenso, nome e endereço da empresa LICITANTE)

5.1.2 Envelope n.º 2A - CONCORRÊNCIA SEBRAE/PR n º 02/2015
CONTRATAÇÃO, SOB DEMANDA, DE EMPRESA ESPECIALIZADA PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS PROFISSIONAIS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA ATENDER ÀS NECESSIDADES DO SEBRAE/PR.
Conteúdo: CONJUNTO DE INFORMAÇÕES

Dia e horário de abertura do envelope
Empresa: (citar, por extenso, nome e endereço da empresa LICITANTE)

5.1.3 **a) CAIXA "2B"** – **Sem identificação externa da licitante** (Proposta Técnica);*
b) Envelope "2C" – **Sem identificação externa da licitante** (Revelação do Pseudônimo)*.

* Para apresentação das caixas "2B" e envelopes "2C", vide item 5.2.

5.1.4 Envelope n.º 3 - CONCORRÊNCIA SEBRAE/PR n º 02/2015
CONTRATAÇÃO, SOB DEMANDA, DE EMPRESA ESPECIALIZADA PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS PROFISSIONAIS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA ATENDER ÀS NECESSIDADES DO SEBRAE/PR.
Conteúdo: PROPOSTA COMERCIAL (1 E 2)
Dia e horário de abertura do envelope
Empresa: (citar, por extenso, nome e endereço da empresa LICITANTE)

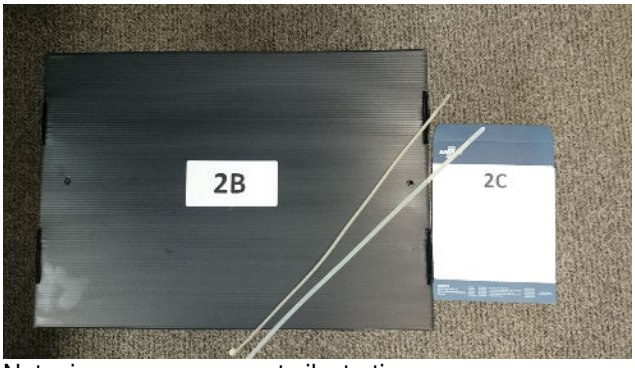
5.1.5 Envelope n.º 4 - CONCORRÊNCIA SEBRAE/PR n º 02/2015
CONTRATAÇÃO, SOB DEMANDA, DE EMPRESA ESPECIALIZADA PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS PROFISSIONAIS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA ATENDER ÀS NECESSIDADES DO SEBRAE/PR.
Conteúdo: DOCUMENTAÇÃO PARA HABILITAÇÃO
Dia e horário de abertura do envelope
Empresa: (citar, por extenso, nome e endereço da empresa LICITANTE)

5.2 CONDIÇÕES PARA APRESENTAÇÃO DAS CAIXAS "2B" E ENVELOPES "2C"

5.2.1 A CAIXA **"2B"** deverá conter a via **NÃO** identificada da "PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA – PLANO DE COMUNICAÇÃO" (briefing no ANEXO VIII).

5.2.2 Somente será aceita pela Comissão Permanente de Licitação a via não identificada da CAIXA **"2B"**.

5.2.3 A CAIXA **"2B"** e ENVELOPE **"2C"** serão padronizados e fornecidos previamente pelo SEBRAE/PR, sem nenhum tipo de identificação da licitante na parte externa, para preservar, até a abertura, o sigilo quanto à autoria da proposta técnica, em conformidade com as ilustrações abaixo:



Nota: imagens meramente ilustrativas.

ATENÇÃO: Conforme item **7.6.1.1.2**, as peças e materiais publicitários que integram o Plano de Comunicação (**CAIXA "2B"**) devem ter formatos compatíveis com suas características, devendo adequar-se ao tamanho: **43,7cm x 31cm x 24cm** (a ser disponibilizado pela CPL aos licitantes, visando garantir a padronização e modo apócrifo).

5.2.4 As CAIXAS "2B" e ENVELOPES "2C" deverão ser retirados junto à Comissão Permanente de Licitação, mediante recibo, no endereço indicado no preâmbulo deste Edital, das 09 às 17 horas, até a data de abertura do certame.

5.2.5 Métodos para lacrar os envelopes e caixas:

5.2.5.1 As CAIXAS **"2B"** deverão ser lacradas com duas abraçadeiras de nylon transparente que deverão ser colocadas nos dois furos pré existentes na tampa e fechadas no furo existente nas alças, sem rubrica ou qualquer identificação da licitante (as abraçadeiras serão fornecidas junto das caixas).

5.2.5.2 Os envelopes **"2C"** deverão ser lacrados **com cola branca simples**, sem rubrica ou qualquer identificação da licitante.

5.2.6 Para preservar o sigilo quanto à autoria da proposta técnica a Comissão de Licitação **não receberá** as CAIXAS **"2B"** e ENVELOPES **"2C"** que:

a) possuam alguma forma de identificação;
b) apresentem marca, sinal, etiqueta, grampo, clipe ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
c) estejam danificados pelo manuseio/transporte ou deformados pelos documentos nele acondicionados.

5.3 FORMA DE APRESENTAÇÃO DA CAIXA "2B" – PROPOSTA TÉCNICA (NÃO IDENTIFICADA)

5.3.1 Na proposta técnica (documentos inseridos na CAIXA **"2B"**), a empresa licitante deve referenciar-se por meio de um pseudônimo que impeça sua identificação, formulado a partir de uma palavra, seguida de dois algarismos numéricos. Exemplos: Oceano95, Fazenda72, Aquario46, Canario44, França09, etc. Não será admitida a utilização de nenhum dos exemplos aqui citados, a fim de evitar que mais de uma empresa seja referenciada da mesma forma. O objetivo é dissociar a avaliação do exercício da marca da empresa (***proposta apócrifa***) e garantir a isonomia, a imparcialidade e a transparência do processo licitatório.

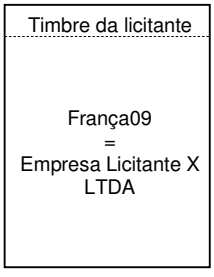
5.3.2 O pseudônimo adotado deve ser referenciado em todas as peças constantes da proposta técnica não identificada.

5.3.2.3 O pseudônimo adotado não pode em hipótese alguma referenciar a empresa proponente, **sob pena de desclassificação da proposta.**

5.4 FORMA DE APRESENTAÇÃO DO ENVELOPE "2C" - REVELAÇÃO DO PSEUDÔNIMO

5.4.1 Dentro do envelope referenciado externamente como **"2C"**, deverá conter **APENAS** uma página em papel timbrado da empresa (e/ou com o carimbo do CNPJ), indicando o pseudônimo adotado e a razão social da empresa correspondente.

5.4.1.1 Exemplo: "França09 = Empresa Licitante X LTDA". Vide exemplo na figura abaixo:



5.4.1.2 Deve-se dobrar a lauda acima exemplificada ao meio, evitando assim a possível identificação, tendo em vista a transparência do envelope.

6. DA DOCUMENTAÇÃO DO ENVELOPE N° 1 – DOCUMENTOS PARA CREDENCIAMENTO

6.1 Para que as licitantes possam se manifestar durante as fases do procedimento licitatório, poderão credenciar um representante, obedecendo aos seguintes critérios:

6.1.1 Como representante legal,
a) apresentar cópia simples do contrato social ou estatuto, última alteração contratual e/ou outra que expresse claramente os poderes de representar a licitante, caso não conste em nenhum dos documentos anteriores;
b) quando a representação não for individual, os representantes deverão indicar aquele que representará a empresa no certame;
c) apresentar cópia simples do RG (ou outro documento com foto) que comprove a identidade do procurador.

6.1.2 Sendo procurador da licitante,
a) apresentar cópia simples do contrato social ou estatuto, última alteração contratual e/ou outra que expresse claramente os poderes do representante da empresa que outorgou poderes ao procurador;
b) apresentar original ou cópia autenticada de instrumento público ou particular de procuração, esta com firma reconhecida em cartório;
c) apresentar cópia simples do RG (ou outro documento com foto) que comprove a identidade do procurador.

6.2 Os documentos de credenciamento deverão ser entregues à Comissão de Licitação, dentro do envelope n.° 1, que deverá conter em sua parte frontal externa o disposto no subitem 5.1.1, os quais, não serão devolvidos, ficando retidos como parte integrante do processo.

6.3 Cada licitante credenciará apenas 01 (um) representante que será o único admitido a intervir no procedimento licitatório e a responder em nome da representada por todos os atos e efeitos previstos neste edital.

6.4 É vedada a representação de mais de uma empresa por uma mesma pessoa.

6.5 O não credenciamento de representante impedirá qualquer pessoa presente de se manifestar e responder pela licitante, sem prejuízo do direito de oferecimento dos envelopes.

6.6 Fica assegurada às licitantes, a qualquer tempo, mediante juntada dos documentos previstos neste item, a indicação ou substituição do seu representante junto ao processo.

6.7 Apresentar, fora do envelope do credenciamento, o **FORMULÁRIO** previsto no **ANEXO VI,** devidamente preenchido. Caso o mesmo não seja entregue, a Comissão de Licitação o disponibilizará para preenchimento antes do início da abertura dos envelopes.

6.8. PARTICIPAÇÃO DE MICROEMPRESA E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE

6.8.1 As microempresas e empresas de pequeno porte que se beneficiarem do tratamento diferenciado e favorecido regulamentado pela Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, deverão apresentar dentro do **envelope n.° 1** a "**Declaração de Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte**", cujo modelo está disponível no **ANEXO V** deste Edital.

6.8.2 A não apresentação da declaração ou outro documento que comprove o enquadramento da licitante como microempresa ou empresa de pequeno porte no momento do credenciamento implicará em perda do direito de preferência.

6.8.3 A falsidade da declaração prestada objetivando os benefícios da Lei Complementar nº 123/2006 caracterizará o crime de que trata o artigo 299 do Código Penal, sem prejuízo do enquadramento em outras figuras penais e da sanção prevista neste instrumento convocatório.

7. DA DOCUMENTAÇÃO DOS ENVELOPES "2A" E CAIXAS "2B" - PROPOSTA TÉCNICA

7.1 Os envelopes **"2A"** e caixas **"2B"** deverão ser apresentados de acordo com o previsto nos itens 5.1.2, 5.2 e 5.3 deste edital, devendo todos os documentos estarem datados, datilografados ou digitados em linguagem clara, sem rasuras, emendas ou entrelinhas, quando for o caso.

7.2 A Proposta Técnica terá **peso 6 (seis)**, e os documentos deverão estar inseridos nos envelopes **"2A"** e caixas **"2B",** conforme discriminado nos subitens abaixo:

7.3 As Propostas Técnicas serão compostas por duas partes, sendo **"CONJUNTO DE INFORMAÇÕES" (envelope "2A" – identificado)** e **"CASO PRÁTICO - PLANO DE COMUNICAÇÃO" (caixa "2B" – não identificado)**, e deverão ser apresentados da seguinte forma:

7.4 REQUISITOS TÉCNICOS - CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO:

7.4.1 Ressalta-se que a Proposta Técnica terá **peso 6** e será julgada em conformidade com os critérios abaixo descritos:

7.4.2 O número total de pontos é 160 (cento e sessenta), distribuídos da seguinte forma:

Conjunto de Informações – 70 pontos.
Proposta Técnica Apócrifa – Plano de Comunicação - 90 pontos.

7.4.2.1 Obs.: A empresa que zerar em qualquer um dos itens acima e/ou não atingir pelo menos 96 (noventa e seis) pontos totais nos requisitos técnicos, será desclassificada.

7.5 "CONJUNTO DE INFORMAÇÕES" – os documentos deverão ser apresentados dentro do envelope "2A" - até 70 (setenta) pontos:

7.5.1 CAPACIDADE E QUALIDADE DE ATENDIMENTO – até 10 (dez) pontos.

7.5.1.1 A Pontuação para o **Responsável Técnico** pelo **atendimento exclusivo** para o Sebrae/PR, ocorrerá da seguinte maneira:

A) Formação profissional e cursos de especialização do Responsável Técnico;

- Graduação em Publicidade, Marketing, Design ou Administração com ênfase em Marketing **(obrigatório)** e, se houver cursos de pós-graduação (Especialização, Mestrado e Doutorado) nas áreas de conhecimento afins da publicidade e propaganda do responsável técnico pelo atendimento exclusivo ao SEBRAE/PR.

- A comprovação deverá ser por meio de cópias autenticadas (frente e verso) de diplomas ou certificados reconhecidos pelo Ministério da Educação (MEC) e devidamente registrados, com carga horária de no mínimo 360 horas. Não serão aceitos, para fins de pontuação, cursos de extensão.

- Serão aceitas declarações de conclusão do curso, expedida por instituição reconhecida pelo MEC

- O profissional indicado pela licitante como "responsável técnico", precisa, **necessariamente**, ter comprovada graduação em Publicidade, Marketing, Design ou Administração com ênfase em Marketing - obrigatório conforme descrito acima, sob pena de **desclassificação da licitante**.

A pontuação será atribuída desta forma:

Formação profissional - Responsável Técnico: (ATÉ 5 PONTOS)

Graduação	2 PONTOS
Especialização	3 PONTO
Mestrado	4 PONTO
Doutorado	5 PONTO

Observação:
- Os pontos listados nas tabelas acima, que serão observadas para motivação do critério de julgamento, não são cumulativos.
- Serão pontuados apenas os quesitos indicados acima, não importando a quantidade de graduação ou pós-graduação.

B) Tempo de experiência profissional do Responsável Técnico - experiência profissional em atendimento e publicidade.

- Experiência em publicidade e propaganda, comprovada mediante cópias autenticadas de: contratos de prestação de serviços, registro em carteira de trabalho ou de instrumento constitutivo (caso pertencente ao quadro societário de empresa).

OBSERVAÇÃO: A experiência em publicidade e propaganda poderá ser comprovada mediante trabalho realizado em outra empresa e não necessariamente na empresa licitante, porém, em ambos os casos, deverá ser observado o item acima, quanto aos documentos a serem apresentados.

- No caso de instrumento constitutivo, faz-se necessária, minimamente, a descrição do serviço de "publicidade e propaganda" no objeto social da empresa.

- Os contratos de prestação de serviços também deverão conter, além da descrição expressa de serviço de "publicidade e propaganda", a identificação das partes envolvidas (contratante e contratada) e suas assinaturas, período de prestação do serviço, local, data e ano.

- Para comprovação mediante registro em carteira de trabalho - CTPS, deverá ser demonstrado o tempo de exercício em publicidade e propaganda nas funções de atendimento, mídia, publicidade, design, ou funções relacionadas à publicidade e propaganda.

A pontuação será atribuída desta forma:

Responsável Técnico: (ATÉ 5 PONTOS)

De 6 (seis) meses a 2 (dois) anos	1 PONTO
Acima de 2 (dois) anos até 5 (cinco) anos	3 PONTOS
Acima de 5 (cinco) anos	5 PONTOS

Observação: Os pontos listados nas tabelas acima, que serão observadas para motivação do critério de julgamento, não são cumulativos.

7.5.2 QUALIFICAÇÃO TÉCNICA DA EMPRESA – até 10 (dez) pontos.

Pontuação do tempo que atua no segmento de prestação de serviços de publicidade e propaganda, a contar da data de constituição da empresa.

- Apresentação de cópia autenticada em cartório, do ato constitutivo, estatuto, contrato social ou documento equivalente da empresa (devidamente registrado no órgão competente), onde será analisado o objeto social que deverá, obrigatoriamente, constar **"prestação de serviços de publicidade e propaganda"**.

- Será analisada, para fins de pontuação, a data de constituição da empresa, ou, caso o objeto "publicidade e propaganda" tenha sido inserido/formalizado posteriormente a esta data, será analisada a data da alteração (devidamente registrada no órgão competente).

A pontuação será atribuída desta forma:

(ATÉ 10 PONTOS)

De 0 (zero) meses a 2 (dois) anos	3 PONTOS
Acima de 2 (dois) anos até 5 (cinco) anos	6 PONTOS
Acima de 5 (cinco) anos	10 PONTOS

Observação: Os pontos listados nas tabelas acima, que serão observadas para motivação do critério de julgamento, não são cumulativos.

7.5.3 PORTFÓLIO – até 50 pontos

7.5.3.1 Apresentar portfólio de no máximo 3 clientes que tenham sido atendidos nos últimos 3 anos em formato de layout, fotos, apresentação, pasta ou mockups (em formato impresso). O Portfólio deverá ser apresentado de forma clara e em sequência apresentando os seguintes itens: Problema de Comunicação, Estratégia, Ideia Criativa, Peças e Resultado.

7.5.3.2 A pontuação será atribuída desta forma:

a) DIVERSIDADE DE PEÇAS POR CLIENTE (até 7 pontos) x 3 clientes = máximo de 21 pontos:

Mínimo de 1 filme de TV	1 PONTO
Mínimo de 1 spot de rádio	1 PONTO
Mínimo de 1 anúncio para jornal ou revista	1 PONTO
Mínimo de 1 ação para internet (qualquer peça)	1 PONTO
Mínimo de 1 peça de mídia externa	1 PONTO
Mínimo de 1 peça ou ação promocional	1 PONTO
Mínimo de 1 ação não mídia	1 PONTO

b) QUALIDADE CRIATIVA E PERTINÊNCIA POR CLIENTE (até 8 pontos) x 3 clientes = máximo de 24 pontos:

Apresenta elementos inéditos	4 PONTOS
A estratégia é pertinente ao problema	2 PONTOS
A ideia criativa e peças estão de acordo com a estratégia	2 PONTOS

c) ATESTADO DE QUALIFICAÇÃO TÉCNICA (até 5 pontos)

Apresentação de Atestado de Qualificação Técnica emitido pelo mesmo cliente do portfólio avaliado conforme item 7.5.3.1, emitido em papel timbrado da empresa e assinado pelo responsável com dados para contato se houver necessidade para confirmação posterior. Poderá ser utilizado o modelo constante no Anexo VII deste Edital.
A pontuação será atribuída desta forma:

Atestado de 1 cliente do portfólio	1 PONTO
Atestado de 2 clientes do portfólio	3 PONTOS
Atestado de 3 clientes do portfólio	5 PONTOS

7.6 "PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA - PLANO DE COMUNICAÇÃO" (VIA NÃO IDENTIFICADA) – os documentos deverão ser apresentados dentro da caixa "**2B**".

7.6.1 "PROPOSTA TÉCNICA APÓCRIFA - PLANO DE COMUNICAÇÃO" (briefing no ANEXO VIII) **- até 90 (noventa) pontos.**

7.6.1.1 O Plano de Comunicação deverá ser elaborado pela empresa licitante participante com base no *Briefing* – ANEXO VIII, o qual compreenderá os seguintes quesitos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa, Estratégia de Mídia e Não Mídia, que será feito da seguinte forma:

I) Raciocínio Básico – Texto apresentado em papel formato A4, branco, de até 5 (cinco) laudas grampeadas no canto superior esquerdo, com espaçamento de 2 (dois) centímetros das margens esquerda e direita a partir da borda, com fonte Arial corpo 12 (doze), com espaçamento simples entre as linhas, devidamente numerados em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do SEBRAE/PR, a compreensão da empresa licitante sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados. Deve conter a avaliação do papel de comunicação publicitária como instrumento de comunicação social utilizado pelo SEBRAE/PR, definidos no *Briefing* – ANEXO VIII.

II) Estratégia de Comunicação Publicitária – Texto apresentado em papel formato A4, branco, de até 10 (dez) laudas grampeadas no canto superior esquerdo, com espaçamento de 2 (dois) centímetros das margens esquerda e direita a partir da borda, com fonte Arial corpo 12 (doze), com espaçamento simples entre as linhas, devidamente numerados em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo SEBRAE/PR e onde se definem os objetivos de comunicação e como a campanha publicitária apresentada (subitem – Ideia Criativa), pretende resolvê-los.

III) Ideia criativa – Texto apresentado em papel formato A4, branco, de até 05 (cinco) laudas grampeadas no canto superior esquerdo, com espaçamento de 2 (dois) centímetros das margens esquerda e direita a partir da borda, com fonte Arial corpo 12 (doze), com espaçamento simples entre as linhas, devidamente numerados em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página, com a síntese da estratégia de comunicação publicitária para o SEBRAE/PR, a respeito da abordagem criativa da campanha, acompanhada das peças *online* e *offline* solicitadas no *briefing* e que deverão ser numeradas conforme disponibilizado no Anexo VIII deste Edital. Além das peças solicitadas no *briefing,* etapas de 1 a 6 (**a não apresentação de todas as peças impactará na nota do quesito e a não apresentação de nenhuma das peças listadas acarretará na desclassificação da licitante**), a licitante poderá sugerir outras, desde que sejam pertinentes ao objeto deste exercício. Deve ser apresentado sob a forma de layout, admitindo-se apenas o texto roteiro para espera telefônica, *script* para *telemarketing* ativo e receptivo, texto para carro de som, texto para SMS e texto para mídias sociais. *Layouts* poderão ser apresentados em prancha preta com no máximo 29x40 centímetros e espessura máxima de 3 milímetros. Não serão aceitos CD, DVD ou *pen drive*. Essas peças de criação não fazem parte do limite de texto, de 05 (cinco) laudas grampeadas, proposta neste item. Peças de mídia devem ser sugeridas pela licitante (etapa 7 do *briefing*) e não necessitam numeração, apenas definição do meio a que se destinam, limitado a 01 (uma) peça para cada meio de veiculação proposto pela empresa licitante participante, sem restrição quanto à quantidade de meios, podendo ser apresentadas sob a forma de roteiro, *layout* e *storyboard* e admitindo-se apenas o texto roteiro para spot de rádio e TODAS as peças da campanha, tanto destinadas à mídia impressa quanto as eletrônicas, ou outras apresentações deverão ser apresentadas em prancha preta com no máximo 29x40 centímetros e espessura máxima de 3 milímetros. Não serão aceitos CD, DVD ou *pen drive*.

IV) Estratégia de Mídia e Não Mídia – Texto apresentado em papel formato A4, branco, de até 10 (dez) laudas grampeadas no canto superior esquerdo, com espaçamento de 2 (dois) centímetros das margens esquerda e direita a partir da borda, com fonte Arial corpo 12 (doze), com espaçamento simples entre as linhas, que deverá explicitar e justificar a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária. **Deverá ser apresentado apenas 01 (um) plano incluindo estratégias de mídia e não mídia** (etapa 7 do *briefing*) (**a não apresentação do plano acarretará na desclassificação da licitante**) a critério da empresa participante, que

deverá ser condizente com o público-alvo. Para composição do plano, poderão ser incluídos os recursos de comunicação próprios do SEBRAE/PR: *Website, Call Center* ativo e receptivo, Revista Soluções, *Email Marketing* para a base de clientes (aproximadamente 250.000 cadastros ativos), Boletim do Empreendedor e Redes Sociais.

A) - No cálculo da distribuição dos custos para a criação, produção e veiculação do Plano de Comunicação, em papel formato A4, branco, de até 05 (cinco) laudas grampeadas, no canto superior esquerdo, com espaçamento de 2 (dois) cm das margens esquerda e direita a partir da borda, com fonte Arial corpo 12 (doze), com espaçamento simples entre as linhas, devidamente numerados em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página. A empresa licitante utilizará como referencial hipotético uma verba de R$ 1.000.000,00 (um milhão de reais), não podendo ultrapassar em hipótese alguma este valor. Fica a critério da licitante participante a definição do período de veiculação e das praças a serem considerados na simulação de mídia. Deverão ser apresentados, em separado, os custos de criação, produção e veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de criação, produção e de veiculação. O orçamento hipotético engloba tanto as peças e estratégias sugeridas pela licitante quanto as peças já solicitadas pelo SEBRAE/PR no *briefing*. A definição da quantidade de peças a serem produzidas fica a cargo da licitante, com base nos dados fornecidos no *briefing*.

B) – Os dados ou informações inseridos em tabelas, gráficos, planilhas, etc., devem ser editados na fonte Arial corpo 10 (dez), com espaçamento simples entre as linhas.

C) – O cálculo da distribuição corresponde à demonstração contábil dos custos de criação, produção e veiculação do Plano de Comunicação proposto, diferenciando-se da descrição tática que é a justificativa pela escolha de determinada mídia.

D) – Os custos de criação deverão ser considerados 60% de desconto sobre os valores previstos na Tabela Oficial da SINAPRO/PR – Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná.

E) – Os custos de veiculação devem ser os mesmos da tabela vigente na ocasião da entrega do envelope, incluindo o desconto-padrão de agência de 20%.

F) – Para fins deste exercício, os custos de produção deverão apresentar 3 (três) orçamentos em formato de planilha, não sendo necessária a apresentação dos orçamentos originais. Os valores que deverão ser considerados na planilha global da campanha, serão sempre os orçamentos mais em conta dentre os 3 (três) apresentados. Os honorários sobre produção deverão ser a média praticada no mercado: 15%.

G) – A critério do SEBRAE/PR, o Plano de Comunicação da proposta da empresa licitante vencedora poderá ou não vir a ser produzido e veiculado, com ou sem modificações, durante a execução do contrato a ser assinado.

Obs.: Entende-se como mídia todos os materiais que serão divulgados por meio de algum veículo de publicidade enquanto que os materiais não mídia seriam aqueles que não passam por esses veículos, tais como Marketing de Relacionamento, Marketing Promocional, *Sponsoring*, Licenciamento, Relações Públicas, Salões, Feiras, Exposições e Promoções.

7.6.1.1.1 É vedada, nesta caixa e em todo o seu conteúdo, a aposição de qualquer tipo de identificação da Licitante (são vedadas inclusive etiquetas com a marca, cores ou o logotipo do licitante), sob pena de desclassificação. A proposta deve ser impressa em formato A4, **NÃO SERÃO ACEITOS** materiais de meio eletrônico, como CD, DVD, Pen drives. Se tiverem vídeos, devem ser apresentados story board.

7.6.1.1.2 As peças e materiais publicitários que integram o Plano de Comunicação devem ter formatos compatíveis com suas características, devendo adequar-se ao tamanho da caixa:

43,7cm x 31cm x 24cm (a ser disponibilizado pela CPL aos licitantes, visando garantir a padronização e modo apócrifo).

7.6.1.1.3 O b*riefing* para o Plano de Comunicação consta no ANEXO VIII do presente Edital, e deverá ser observado pelos proponentes para elaboração do Plano de Comunicação.

7.6.2 Pontuação da Proposta Técnica Apócrifa – Plano de Comunicação – até 90 (noventa) pontos:

I - Raciocínio Básico – 10 (vinte) pontos:

a) O conhecimento do mercado de atuação e do papel do **SEBRAE/PR** no atual contexto social, político e econômico; (até 02 pontos);
b) O conhecimento das características do **SEBRAE/PR** e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação; (até 02 pontos);
c) A natureza, extensão e qualidade das relações do **SEBRAE/PR** com os seus públicos-alvo e do papel do **SEBRAE/PR** no atual contexto social, político e econômico; (até 02 pontos);
d) O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação estabelecidos pelo **SEBRAE/PR**; (até 02 pontos);
e) O posicionamento publicitário proposto e o entendimento das formas de relação entre o **SEBRAE/PR** e seus diversos públicos. (até 02 pontos).

II - Estratégia de Comunicação Publicitária – 25 (vinte e cinco) pontos:

a) O entendimento das questões apresentadas e o grau em que a campanha apresentada atende ao *briefing*; (até 05 pontos);
b) A adequação do conceito e da linha de comunicação proposto e a apresentação de desdobramentos positivos para a comunicação do **SEBRAE/PR** com seus diversos públicos além de suas possibilidades de execução dentro dos parâmetros estabelecidos no *briefing*; (até 05 pontos);
c) A consistência lógica e a clareza na argumentação; (até 05 pontos).
d) Apresentação de estratégia para a mensuração de resultados; (até 3,5 pontos).
e) Apresentação de plano de riscos, recomendações e melhorias; (até 3,5 pontos).
f) Planejamento com base no cronograma de entregas; (até 03 pontos)

III - Ideia Criativa – 25 (vinte e cinco) pontos:

a) A relação de coerência e consequência com que estiver proposto nos dois subitens anteriores; (até 04 pontos);
b) A apresentação das peças e custos; (03 pontos);
b) Sua pertinência às atividades do **SEBRAE/PR** e à sua inserção na sociedade; (até 02 pontos);
c) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem; (até 04 pontos);
d) A cobertura dos segmentos de público ensejada pela comunicação; (até 04 pontos);
e) A exequibilidade das peças; (até 04 pontos);
f) Apresentação das peças solicitadas no *briefing*; (até 04 pontos)

IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia – 30 (trinta) pontos:

a) Raciocínio estratégico e tático; (até 04 pontos);
b) Conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos; (até 04 pontos);
c) Conhecimento demonstrado na definição da estratégia e na escolha dos meios; (até 04 pontos);
d) Pertinência, a otimização e a oportunidade das propostas sobre o uso das diversas mídias, convencionais e alternativas; (até 04 pontos);
e) A coerência da proposta de mídia com o planejamento apresentado nos subitens I, II e III do Plano de Comunicação; (até 04 pontos);
f) Inventividade no uso das mídias; (até 04 pontos);
g) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos; (até 04 pontos);
h) A economicidade do plano apresentado; (até 02 pontos).

7.7 Será admitida somente uma proposta técnica por licitante.

7.8 TODOS OS DOCUMENTOS REFERENTES À PROPOSTA TÉCNICA DEVEM SER APRESENTADOS EM MEIO FÍSICO (PAPEL) SOB PENA DE DESCLASSIFICAÇÃO.

7.9 A Comissão de Licitação enviará apenas os documentos constantes nos envelopes **"2A"** e caixas **"2B" (proposta técnica)**, para a Comissão Especial de Avaliação.

7.10 ATENÇÃO: Conforme item 7.4.2.1 serão desclassificadas as licitantes que não obtiverem no mínimo 96 (noventa e seis) pontos dos 160 (cento e sessenta) pontos possíveis.

7.11 Nenhum documento integrante da proposta técnica será devolvido, mesmo após finalizado o processo de licitação, pois dele farão parte integrante.

7.12 Toda a documentação indicada nestes envelopes e caixas deverá ser apresentada em original ou por cópia autenticada em cartório, sob pena de desconsideração.

7.13 A Comissão Permanente de Licitação não autenticará documentos.

7.14 A Comissão de Licitação comunicará as licitantes o resultado desta fase.

8. DA DOCUMENTAÇÃO DO ENVELOPE N° 3 – PROPOSTA COMERCIAL

8.1 O envelope n.º 3 deverá ser apresentado conforme o item 5.1.4 deste edital, trazendo em seu interior a proposta comercial preenchida pela licitante, datada, digitada ou datilografada em língua portuguesa, salvo quanto às expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem rasuras, emendas ou entrelinhas, devidamente assinada pelo representante legal da licitante.

8.2 A **Proposta Comercial** terá **peso 4 (quatro)** e deverá ser apresentada conforme **ANEXO II**, expressa em:

a) **percentual (%) de desconto** sobre os valores previstos na Tabela Oficial da SINAPRO/PR – Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná; (Proposta Comercial 1)

b) **percentual (%) de isenção** ao SEBRAE/PR, (sob forma de desconto) incidentes sobre o desconto padrão de agência a que faz jus (à base de um percentual bruto de 20% sobre o valor da veiculação); (Proposta Comercial 1); e

c) **percentual (%) de honorários cobrado** sobre: (Proposta Comercial 2)
I) serviços ou suprimentos contratados perante terceiros,
II) serviços desenvolvidos e coordenados pela empresa licitante, formal e previamente autorizados pelo SEBRAE/PR e executados por terceiros, e
III) publicação de atos de natureza legal por meio da agência.

8.2.1 Os serviços deverão ser previamente aprovados pelo SEBRAE/PR, caso contrário, não serão pagos.

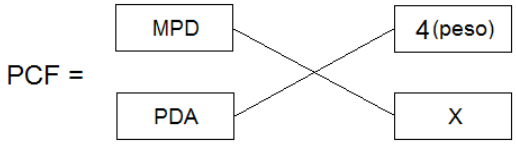
8.3 Os percentuais deverão ser apresentados com até duas casas após a vírgula (0,00), com assinatura e identificação do(s) representante(s) legal(is) da licitante.

8.4 O julgamento da proposta comercial será realizado em 3 (três) etapas:

8.4.1 Primeira etapa: Proposta Comercial 1 (PC1F) será calculada mediante a soma dos percentuais propostos (itens 1 e 2, já multiplicado pelos respectivos pesos) e aplicação da fórmula matemática

"regra de três", onde, quanto maior a "pontuação final" da Proposta Comercial 1, maior será sua pontuação.

8.4.1.1 Fórmula utilizada para a Pontuação Final da Proposta Comercial 1:



Ou seja:

PFC = (MPD x "X" = PDA x 4)

= (PDA x 4) ÷ (MPD)

(desta forma, multiplica-se o PDA por 4 (que é o peso da proposta comercial) e divide-se o resultado pelo MPD).

Onde:

- PFC = Pontuação Final da Proposta Comercial
- MPD = Maior Percentual de Desconto;
- PDA = Percentual de Desconto em Análise.

Atenção: Os percentuais propostos deverão ser iguais ou superiores aos percentuais mínimos (de referência) constantes no Anexo II, sob pena de desclassificação da proposta.

Observação: No Anexo II deste edital consta uma planilha (Excel) específica para formulação da Proposta Comercial 1 que, automaticamente, fará a multiplicação pelos pesos e soma necessária e apresentará o "percentual total" da proponente, bastando apenas inserir os percentuais unitários propostos.

8.4.2 <u>Segunda etapa</u>: Proposta Comercial 2 (PC2F) será calculada mediante a divisão do menor percentual de honorários proposto (soma dos itens 1, 2 e 3, já multiplicados pelos respectivos pesos – conforme tabela constante no Anexo II), pelo honorário cobrado na proposta em análise (percentual total), multiplicando por 4 (quatro), ou seja:

PC2F = (PROPOSTA DE MENOR HONORÁRIOS APRESENTADO / PROPOSTA DE HONORÁRIOS EM ANÁLISE) x 4

Fórmula utilizada para a Pontuação da Proposta Comercial 2:

$$PC2F = \frac{MHO}{HPA} \times 4$$

Onde:

- PC2F = Pontuação Comercial Final da Proposta – Proposta Comercial 2;
- MHO = Menor % de Honorário Ofertado;
- HPA = Proposta de Honorários em Análise.

Atenção: Os percentuais propostos deverão ser iguais ou inferiores aos percentuais máximos (de referência) constantes no Anexo II, sob pena de desclassificação da proposta.

Observação: No Anexo II deste edital consta uma planilha (Excel) específica para formulação da Proposta Comercial 2 que, automaticamente, fará a multiplicação pelos pesos e soma necessária e apresentará o "percentual total" da proponente, bastando apenas inserir os percentuais unitários propostos.

8.4.3 **Terceira etapa**: A Proposta Comercial terá, para efeito de julgamento, o peso igual a 4 (quatro), conforme aplicação da fórmula abaixo:

Fórmula utilizada para apuração da Pontuação Comercial Final da licitante:

$$PCF = \frac{(PC1F + PC2F)}{2}$$

Onde:

- PCF = Pontuação Comercial Final da licitante.
- PC1F = Pontuação Comercial Final da Proposta – Proposta Comercial 1.
- PC2F = Pontuação Comercial Final da Proposta – Proposta Comercial 2.

8.5 O prazo de validade mínimo da proposta será de 90 (noventa) dias contados da data estipulada para abertura da licitação, o qual, se maior, deverá ser explicitado na proposta.

8.6 Caso a proposta não indique o prazo de validade, fica estabelecido que será considerado o prazo de 90 (noventa) dias.

8.7 ATENÇÃO: Considerar-se-á melhor proposta aquela que obtiver a maior pontuação final, após aplicação das fórmulas descritas no edital.

8.8 **TERMO DE DECLARAÇÃO**: deverá ser apresentado conforme modelo constante do **ANEXO III**, comprovando que a licitante recebeu todos os documentos e que tomou conhecimento de todas as condições do instrumento convocatório.

9. DA DOCUMENTAÇÃO DO ENVELOPE N° 4 – DOCUMENTOS PARA HABILITAÇÃO

9.1 O envelope n.º 4, que se refere aos documentos para habilitação, deverá ser apresentado de acordo com o previsto no item 5.1.5 deste edital, devendo todos os documentos estarem datados, datilografados ou digitados em linguagem clara, sem rasuras, emendas ou entrelinhas e obrigatoriamente assinados pelo(s) representante(s) legal(is) da licitante, quando for o caso, contendo em seu interior os seguintes documentos:

9.2 **HABILITAÇÃO JURÍDICA:** Para a habilitação jurídica, deverá a licitante apresentar dentro do envelope n.º 4 os seguintes documentos:

9.2.1 Prova de registro, no órgão competente, no caso de empresário individual;

9.2.2 Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado no órgão competente;

9.2.3 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 do documento exigido no item 9.2.2;

9.3 **REGULARIDADE FISCAL:** Para comprovação da regularidade fiscal, deverá a licitante apresentar dentro do envelope n.º 4 os seguintes documentos:

9.3.1 Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ;

9.3.2 Prova de regularidade para com a fazenda federal, estadual e municipal do domicílio ou sede da licitante, com validade igual ou posterior à data prevista para a abertura desta licitação:

a) Certidão Conjunta de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União e prova de regularidade relativa à Seguridade Social - INSS, com validade igual ou posterior à data prevista para a abertura desta licitação.
b) Certidão de Regularidade de Tributos Estaduais;
c) Certidão de Regularidade de Tributos Municipais.

9.3.3 Prova de regularidade relativa ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço, com validade igual ou posterior à data prevista para a abertura desta licitação.

9.4 QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA: Para qualificação econômico-financeira, deverá a licitante apresentar dentro do envelope n.º 4 os seguintes documentos:

9.4.1 Capital social mínimo de R$ 180.000,00 (cento e oitenta mil reais) – 3% (três por cento) do valor estimado para contratação pelo período de 12 (doze) meses.

9.4.2 Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, ou balanço de abertura, no caso de empresa recém-constituída, que comprovem a boa situação financeira da empresa, devidamente assinados por profissional (identificado) da área de contabilidade, sendo vedada sua substituição por balancetes ou balanços provisórios;

9.4.2.1 Serão considerados e aceitos o balanço patrimonial e demonstrações contábeis assim apresentados:

a) Publicado em Diário Oficial;
b) Publicado em jornal;
c) Cópia ou fotocópia registrada ou autenticada na junta comercial da sede ou domicílio da licitante;
d) Cópia ou fotocópia do livro diário devidamente autenticada pela junta comercial da sede ou domicílio da licitante ou por outro órgão equivalente, devendo conter os termos de abertura e encerramento.

9.4.3 Comprovação da boa situação financeira da empresa baseada nos seguintes índices:

$$\text{ÍNDICE DE SOLVÊNCIA (IS)} = \frac{AT}{PC + ELP} \geq 1$$

$$\text{LIQUIDEZ CORRENTE (LC)} = \frac{AC}{PC} \geq 1$$

Onde: AT = Ativo Total;
PC = Passivo Circulante;
ELP = Exigível a Longo Prazo;
AC = Ativo Circulante.

9.4.3.1 Os índices acima deverão vir calculados e assinados por profissional da área contábil, devidamente identificado.

9.4.4 Certidão negativa de falência expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, emitida no máximo 90 dias antes da data da primeira sessão deste certame;

9.5 QUALIFICAÇÃO TÉCNICA: Para qualificação técnica, deverá a licitante apresentar dentro do envelope n.º 4 os seguintes documentos:

9.6 Os documentos constantes dos itens 9.2, 9.3 e 9.4, com exceção da certidão negativa de falência, poderão ser substituídos pela apresentação de comprovante de cadastramento no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF (CRC do SICAF - obtido via Internet no site www.comprasgovernamentais.gov.br), que deverá constar do Envelope n.º 4, a fim de que seja

verificada a situação de regularidade da licitante, comprovada por meio de consulta on-line ao sistema.

ATENÇÃO:

9.7 Além das especificações contidas em cada um dos itens acima, as licitantes deverão observar quanto a todos os documentos o seguinte:

9.7.1 Toda a documentação deverá ser apresentada em original ou por cópia autenticada em cartório.

9.7.2 A Comissão de Licitação não autenticará documentos.

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

10. DO RECEBIMENTO DOS ENVELOPES

10.1 No dia, hora e local indicados no preâmbulo deste edital, a Comissão de Licitação dará início à reunião desta licitação com o credenciamento dos representantes legais (envelope n.º 1) e em seguida o recebimento dos envelopes 2A e 2C e caixas 2B (proposta técnica), n.° 3 (proposta comercial) e n.° 4 (documentação para habilitação).

10.2 Os envelopes e caixas também poderão ser encaminhados pelo correio, aos cuidados da Comissão de Licitação, no endereço citado no preâmbulo, desde que cheguem até às 18 horas do dia anterior a data prevista para abertura da licitação.

10.3 A comissão chamará à mesa os representantes legais das licitantes, para rubricarem os envelopes nº 2C, 3 e 4, que ficarão retidos até sua abertura ou devolução, após encerramento completo do processo.

11. DA ABERTURA DOS ENVELOPES "2A" E CAIXAS "2B" – PROPOSTA TÉCNICA e "2C" – REVELAÇÃO DO PSEUDÔNIMO

11.1 Na própria sessão pública designada no preâmbulo deste edital, ou em outra data comunicada, a Comissão de Licitação, fará a abertura dos envelopes **"2A"** e caixas **"2B"**, contendo as propostas técnicas das licitantes (vias: identificada e não identificada).

11.2 Os envelopes **"2A"** e caixas **"2B"** deverão ser apresentados conforme os itens 5.1.2, 5.2 e 5.3 deste edital, trazendo em seu interior os documentos da proposta técnica na forma indicada no item 7.3 (e seguintes).

11.3 Ao abrir os envelopes **"2A"** e caixas **"2B"**, a Comissão de Licitação rubricará os documentos da proposta técnica em conformidade ao estabelecido neste edital e colocarão à disposição dos licitantes para análise e manifestações quanto ao conteúdo.

11.3.1 As manifestações decorrentes dos documentos constantes nos envelopes **"2A"** e caixas **"2B"** poderão ser registradas em ata, porém, preferencialmente, recomendamos, para agilizar o procedimento, que os licitantes presentes na sessão de abertura estejam com notebook (ou outro equipamento) em mãos, capaz de transferir mediante arquivo eletrônico - via "pen-drive" suas manifestações para serem inseridas em ata.

11.3.2 Para a transferência de dados acima mencionada, não será (em nenhuma hipótese) identificada a licitante.

11.3.3 Não havendo mais nada a registrar, a Comissão de Licitação encerrará a reunião.

11.4 Nesse momento, a Comissão de Licitação adotará medidas para evitar que seus membros ou os licitantes presentes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum exercício prático.

11.4.1 Se, ao examinar e/ou rubricar os documentos referentes à proposta técnica, a Comissão de Licitação e/ou os licitantes presentes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocadamente, a identificação da autoria do documento, a Comissão de Licitação **desclassificará** a licitante e ficará de posse de todos os seus envelopes até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

11.5 Após os processos de análise e rubricas descritos acima, a Comissão de Licitação encaminhará os documentos referentes à Proposta Técnica (documentos constantes nos envelopes "2A" e caixas "2B") para a Comissão Especial de Avaliação para análise e julgamento.

11.6 A proposta técnica terá **peso 6 (seis)** e será analisada pela Comissão Especial de Avaliação formada por funcionários do SEBRAE/PR e/ou profissionais do mercado, todos escolhidos pela Diretoria Executiva do SEBRAE/PR, mediante sugestão da Unidade de Marketing e Comunicação.

11.7 A Comissão Especial de Avaliação terá sua composição divulgada na reunião inicial do certame.

11.8 As propostas técnicas das licitantes serão encaminhadas à Comissão Especial de Avaliação para exame, preliminarmente quanto ao atendimento dos requisitos estabelecidos neste edital, sendo desclassificadas aquelas que não os atendam.

11.8.1 A Comissão Especial de Avaliação receberá da Unidade de Marketing e Comunicação um formulário **(FICHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA)** que será utilizado para justificar a atribuição das pontuações. Até o momento de divulgação da atribuição das pontuações/notas, somente a CEA terá acesso a este formulário.

11.9 A Comissão Especial de Avaliação julgará os seguintes itens da proposta técnica:

Conjunto de Informações – 70 pontos.
Proposta Técnica Apócrifa – Plano de Comunicação - 90 pontos.

11.10 Serão considerados pela Comissão Especial de Avaliação os critérios de julgamento estabelecidos no subitem "7" do presente edital.

A pontuação das propostas técnicas será efetuada da seguinte maneira:

11.11 Cada membro da Comissão Especial de Avaliação atribuirá uma nota aos itens avaliados.

11.12 Fórmula utilizada para a Pontuação Técnica Final da licitante:

$$PFT = \frac{(PFA + PFI)}{160 \text{ (pontos possíveis)}} \times 6$$

Onde:

- PFT = Pontuação Final da Proposta Técnica.
- PFA = Pontuação Final da Proposta Apócrifa
- PFI = Pontuação Final da Proposta Identificada

11.13 As conclusões da Comissão Especial de Avaliação (juntamente com os formulários devidamente preenchidos/atribuição de pontuação) serão encaminhadas à Comissão de Licitação que comunicará aos licitantes o resultado desta fase.

11.13.1 A decisão quanto à aplicação dos pontos será motivada pela Comissão Especial de Avaliação, sendo disponibilizada aos licitantes a ficha de avaliação em sessão pública.

11.13.2 A Comissão de Licitação comunicará aos licitantes o resultado desta fase em sessão pública.

11.14 ABERTURA DO ENVELOPE "2C" – REVELAÇÃO DO PSEUDÔNIMO
11.14.1 O envelope **"2C"** deverá ser apresentado de acordo com o previsto no item 5.4 deste edital.

11.14.2 Após a análise de todos os exercícios práticos, atribuição de notas mediante ata da reunião da Comissão Especial de Avaliação e devolução à Comissão Permanente de Licitação, esta última, em sessão pública, abrirá os envelopes identificados como **"2C"** e efetuará a correlação entre as notas atribuídas e as respectivas licitantes.

12. DA DOCUMENTAÇÃO DO ENVELOPE N° 3 – PROPOSTA COMERCIAL

12.1 Em data marcada e comunicada a todas as licitantes, a Comissão de Licitação fará reunião para abertura dos envelopes n.º 3 - proposta comercial - das empresas classificadas na fase de julgamento da proposta técnica.

12.2 Será oportunizado aos representantes legais presentes a conferência de todas as propostas comerciais e o registro em ata das observações que desejarem.

12.3 Não havendo mais nada a registrar, a Comissão de Licitação encerrará a reunião.

12.4 As propostas comerciais das licitantes serão examinadas pela Comissão de Licitação, preliminarmente quanto ao atendimento dos requisitos estabelecidos neste edital, sendo desclassificadas aquelas que não os atendam.

12.5 O julgamento das propostas comerciais será objetivo, conforme os critérios estabelecidos neste ato convocatório.

12.6 Os erros e omissões havidos nas cotações, serão de inteira responsabilidade do proponente, não lhe cabendo, em caso de erro, eximir-se da execução do objeto.

12.7 As propostas que apresentarem meramente erros de cálculo serão corrigidas pela Comissão de Licitação.

12.8 A Proposta Comercial terá **peso 4 (quatro)** e será julgada de acordo com a aplicação da fórmula disposta no subitem "8".

12.9 <u>RESULTADO FINAL – TÉCNICA E PREÇO:</u>

12.9.1 Após a conclusão das fases de Propostas Técnicas e Propostas Comerciais, a Comissão Permanente de Licitação irá apurar a pontuação final dos licitantes classificados, aplicando a seguinte fórmula:

PF = PFT + PFC

Onde:
- PF = Pontuação final.
- PFT = Pontuação Final da Proposta Técnica.
- PFC = Pontuação Final da Proposta Comercial.

12.9.2 A pontuação obtida na proposta comercial será somada à pontuação obtida na proposta técnica, sendo as licitantes classificadas na ordem crescente de pontuação.

12.9.3 No caso de empate de duas ou mais propostas (após a somatória dos pontos da proposta técnica e comercial), a escolha se fará, primeiramente, pela licitante detentora da maior pontuação na proposta comercial. Persistindo o empate, serão confrontadas as pontuações das propostas técnicas

das licitantes, sagrando-se vencedora aquela que possuir a maior pontuação. Na constatação de novo empate, utilizar-se-á o critério de sorteio para a escolha entre as licitantes.

12.9.4 A Comissão de Licitação comunicará a todas licitantes o resultado desta fase e a ordem de classificação estabelecida.

13. DA ABERTURA DO ENVELOPE N.º 4 – DOCUMENTOS PARA HABILITAÇÃO

13.1 Em data marcada e comunicada a todas as licitantes, a Comissão de Licitação fará reunião para abertura do envelope n.º 4 – documentação para habilitação - da empresa classificada em primeiro lugar.

13.2 A Comissão de Licitação rubricará todos os documentos apresentados, facultando aos representantes das licitantes o seu exame.

13.3 A Comissão de Licitação fará registro em ata de toda manifestação por parte dos representantes, podendo dar o parecer de imediato ou não.

13.4 Não havendo mais nada a registrar, a Comissão de Licitação procederá à análise dos documentos para habilitação.

13.5 Consideradas cumpridas todas as exigências do edital quanto à apresentação da documentação de habilitação pela licitantes classificada em primeiro lugar a Comissão de Licitação a declarará vencedora.

13.6 Ocorrendo a hipótese de inabilitação ou de descumprimento de qualquer outra exigência estabelecida no instrumento convocatório, caberá à Comissão de Licitação convocar empresa na ordem de classificação, se necessário, observada a ordem decrescente de pontuação, as demais empresas, desde que atendam ao instrumento convocatório.

13.7 Será confeccionada ata da sessão de julgamento a ser assinada pela Comissão de Licitação e todos os representantes presentes.

13.8 Poderá ser dispensada na ata a assinatura dos representantes presentes, desde que o façam em documento a parte, declarando ter participado do certame licitatório em referência.

14. DOS RECURSOS

14.1 Do resultado das fases de julgamento da proposta técnica, proposta comercial e documentação para habilitação caberão recursos fundamentados, dirigidos à Diretoria Executiva do SEBRAE/PR, por intermédio da Comissão de Licitação, por escrito e protocolados no prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da comunicação da decisão.

14.2 A licitante que puder vir a ter sua situação efetivamente prejudicada em razão de recurso interposto poderá sobre ele se manifestar no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados da comunicação da interposição do recurso.

14.3 Os recursos terão efeito suspensivo.

14.4 Não será conhecido recurso interposto fora do prazo estabelecido.

14.5 Os recursos serão julgados pela Diretoria Executiva do SEBRAE/PR ou por quem esta delegar competência, no prazo máximo de até 10(dez) dias úteis, contados da data final para manifestação da licitante que puder ter sua situação efetivamente prejudicada em razão de recurso interposto.

14.6 O provimento de recursos pela autoridade competente somente invalidará os atos insuscetíveis de aproveitamento.

15. DA HOMOLOGAÇÃO E DA ADJUDICAÇÃO

15.1 A Comissão de Licitação, após o encerramento da sessão, se houver renúncia ao direito de recurso, ou após o julgamento do(s) mesmo(s), caso sejam interpostos, ou após o decurso do prazo para sua interposição, encaminhará os autos à Diretoria Executiva do SEBRAE/PR, para que concordando com o pleito, homologue e adjudique o objeto às licitantes vencedoras.

16. DA ASSINATURA DO CONTRATO E PRESTAÇÃO DA GARANTIA

16.1 As obrigações desta licitação serão formalizadas através de contrato, conforme **ANEXO IV**.

16.2 Para a assinatura do contrato, a licitante vencedora deverá comparecer ao escritório do SEBRAE/PR em até 5 (cinco) dias úteis, contados da convocação;

16.2.1. Em até 20 dias corridos após a assinatura do contrato, deverá apresentar garantia no valor de:

REFERÊNCIA *	VALOR (R$)
10%	R$ 600.000,00

* Observações:
- A coluna "REFERÊNCIA" refere-se ao percentual sobre o valor estimado para contratação pelo período de 12 (doze) meses.
- Os valores constantes na tabela acima se referem à garantia que deverá ser apresentada pela empresa contratada.

16.2.2 Deverá ser apresentada garantia em uma das seguintes formas, a sua escolha:

16.2.2.1 caução em dinheiro;
16.2.2.2 fiança bancária;
16.2.2.3 seguro garantia.

16.3 Sobre a caução prestada em dinheiro incidirá tão somente atualização correspondente ao índice aplicado à caderneta de poupança.

16.4 Caso a modalidade escolhida seja a fiança bancária, esta deverá conter, sob pena de não ser admitida:

16.4.1 prazo de validade, que deverá corresponder ao período de vigência do contrato, devendo ser tempestivamente renovada se estendida ou prorrogada essa vigência;

16.4.2 expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento ao SEBRAE/PR, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;

16.4.3 renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos artigos 827 e 838 do Código Civil, assumindo a condição de devedor solidário;

16.4.4 cláusula que assegure a atualização do valor afiançado, de acordo com o previsto neste edital, e em caso de prorrogação.

16.5 A inobservância do prazo fixado para apresentação da garantia acarretará a aplicação de multa de 0,2% (dois décimos por cento) do valor do contrato por dia de atraso, até o máximo de 2% (dois por cento).

16.6 O atraso superior a 10 (dez dias úteis) dias autoriza o **SEBRAE/PR** a promover a retenção dos pagamentos devidos à **CONTRATADA**, até o limite de 10% (dez por cento) do valor anual do contrato, a título de garantia.

16.7 A retenção efetuada (descrita no parágrafo anterior) não gera direito a nenhum tipo de compensação financeira à **CONTRATADA**.

16.8 Caso o valor da garantia seja utilizado no todo ou em parte para o pagamento de multa pecuniária prevista neste contrato, esta deve ser complementada no prazo de até 10 (dez) dias úteis, contado da solicitação do **SEBRAE/PR**, sob pena de rescisão contratual.

16.9 Eventual multa será aplicada após observados os princípios da ampla defesa e contraditório no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, contados da notificação inicial.

16.10 A **CONTRATADA**, a qualquer tempo, poderá substituir a retenção efetuada por quaisquer das modalidades de garantia, caução em dinheiro, seguro garantia ou fiança bancária.

16.11 A qualquer tempo, mediante comunicação ao **SEBRAE/PR**, poderá ser admitida a substituição da garantia, observadas as modalidades previstas neste edital.

16.12 A garantia assegurará, qualquer que seja a modalidade escolhida, o pagamento de:

I - prejuízos advindos do não cumprimento do contrato;
II - multas punitivas aplicadas pelo **SEBRAE/PR**;
III - prejuízos diretos causados ao **SEBRAE/PR** decorrentes de culpa ou dolo durante a execução do contrato;
IV - obrigações previdenciárias não honradas pela **CONTRATADA**, prejuízos indiretos causados ao **SEBRAE/PR** e prejuízos causados a terceiros, decorrentes de culpa ou dolo durante a execução do contrato.

16.13 Será considerada extinta a garantia:

I - com a devolução da apólice, carta fiança ou autorização para levantamento de importâncias depositadas em dinheiro a título de garantia, acompanhada de declaração do **SEBRAE/PR**, mediante termo circunstanciado, de que a **CONTRATADA** cumpriu todas as cláusulas do contrato;
II - com a extinção do contrato.

16.14 A garantia será liberada após o perfeito cumprimento do contrato, no prazo de até 30 (trinta) dias, contados da data do vencimento de sua vigência.

17. DAS PENALIDADES

17.1 A prática de ilícitos em quaisquer das fases do procedimento licitatório, implicará na desclassificação da licitante e na aplicação das penalidades estipuladas no edital, no Regulamentos de Licitações e Contratos do Sistema SEBRAE, ou lei específica.

17.2 Até a assinatura do contrato, as licitantes vencedoras poderão ser desclassificadas, se o SEBRAE/PR tomar conhecimento de fato, superveniente ou não, desabonador à sua habilitação jurídica, regularidade fiscal, qualificação econômico-financeira e qualificação técnica, não apreciado pela Comissão de Licitação.

17.3 A desistência formulada por qualquer das licitantes, após a abertura das propostas, sujeitará a desistente ao pagamento de multa equivalente a 2% (dois por cento) do valor estimado para a contratação (item 2.2).

17.4 A recusa injustificada em assinar o contrato ou retirar o instrumento equivalente, dentro do prazo fixado, caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida.

17.5 Em caso de inexecução total ou parcial do contrato, o SEBRAE/PR, garantida a prévia defesa, poderá aplicar à CONTRATADA, as seguintes sanções:

I - Advertência
II - Multa de 2% sobre o valor global estimado para contratação pelo período de 12 (doze) meses;
III - Suspensão do direito de licitar ou contratar com o Sistema Sebrae, por prazo não superior a dois anos.
IV - Perda da garantia em favor do SEBRAE/PR, por inadimplemento das obrigações contratuais.

17.6 A perda da garantia em favor do SEBRAE/PR, por inadimplemento das obrigações contratuais, far-se-á de pleno direito, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial e sem prejuízo das demais sanções previstas neste tópico.

17.7 A licitante será sancionada com o impedimento de licitar e contratar com o Sistema Sebrae, pelo prazo de até 2 (dois) anos, sem prejuízo de multa de até 2% do valor global estimado para contratação pelo período de 12 (doze) meses, e demais cominações legais, nos seguintes casos:

I - apresentação de documentação falsa;

II - fraudar na execução do contrato;

III - comportamento inidôneo;

IV - declaração falsa;

V - fraude fiscal; e

VI - retardamento da execução do objeto.

17.8 Para condutas descritas nos subitens I, II, III, IV e V será aplicada multa de no máximo 2% do valor global estimado para contratação pelo período de 12 (doze) meses.

17.8.1 Para o subitem VI, será aplicada multa nas seguintes condições:

a) 1% (um por cento) do valor global estimado para contratação pelo período de 12 (doze) meses no caso de inexecução parcial do contrato ou de descumprimento de obrigação contratual;

b) 2% (dois por cento) do valor global estimado para contratação pelo período de 12 (doze) meses no caso de inexecução total do contrato.

17.9 Para efeito de aplicação de multas (moratórias e compensatórias), às infrações são atribuídos graus, conforme as tabelas 1 e 2 a seguir:

Tabela: 01

GRAU	%	CORRESPONDÊNCIA
1	0,01%	sobre o valor global estimado para contratação pelo período de 12 meses
2	0,03%	sobre o valor global estimado para contratação pelo período de 12 meses
3	0,05%	sobre o valor global estimado para contratação pelo período de 12 meses
4	0,1%	sobre o valor global estimado para contratação pelo período de 12 meses
5	0,5%	sobre o valor global estimado para contratação pelo período de 12 meses
6	1%	sobre o valor global estimado para contratação pelo período de 12 meses
7	2%	sobre o valor global estimado para contratação pelo período de 12 meses

Tabela: 02

ITEM	INFRAÇÃO DESCRIÇÃO	GRAU
01	Atrasos na prestação de serviços/fornecimento (por ocorrência e por dia), até o limite de 05 (cinco) dias. Após esse prazo caracterizará a inexecução parcial ou total do contrato (vide itens 14 e 15).	1
02	Descumprimento do briefing/solicitação (por ocorrência, devendo proceder a correção/substituição).	2
03	Entregar produtos/serviços em não conformidade com o contratado. Exemplo: fora dos padrões de entrega estabelecidos em contrato e/ou briefing (por ocorrência, devendo proceder a correção/substituição).	3
04	Entrega parcial dos produtos/serviços contratados (por ocorrência, devendo proceder a correção) – cumulativamente será observado o item 01, quanto ao atraso na entrega total (se houver).	3
05	Deixar de pagar os fornecedores subcontratados (para serviços de terceiros previamente aprovados pelo SEBRAE/PR) dentro do prazo estipulado em contrato (por ocorrência, devendo proceder o pagamento).	4
06	Reincidência de materiais apresentados com erros (acima de três ocorrências). Exemplo: aplicação de logomarca, ortografia ou erros de digitação (por ocorrência, devendo proceder a correção/substituição).	5
07	Não ter profissional de atendimento acessível para responder as demandas no momento em que são realizadas (por ocorrência, devendo proceder o atendimento).	3
08	Não cumprir com o pagamento em dia de tributos que incidem sobre o contrato (por ocorrência, devendo proceder o pagamento).	6
09	Não disponibilizar profissionais em condições de qualificação técnica conforme exigido em contrato (por ocorrência, devendo proceder a disponibilização).	6
10	Desobedecer normas técnicas e legais necessárias ao cumprimento do contrato (por ocorrência).	5
11	Não ceder os direitos autorais patrimoniais incidentes, quando prestar serviços como criação, textos, produção, direção, arte-finalização e outros (por ocorrência, devendo proceder a cessão).	6
12	Não apresentar propostas completas e detalhadas dos serviços a serem prestados (por ocorrência, devendo proceder a correção/apresentação).	3
13	Apresentar nota fiscal em atraso ou desacordo com determinações do contrato (por ocorrência, devendo proceder a correção/substituição) – ressaltando que as notas fiscais em desacordo com o exigido não serão pagas.	2
14	Inexecução parcial do contrato (por ocorrência).	6
15	Inexecução total do contrato (por ocorrência).	7
16	Descumprimento de qualquer previsão do contrato não prevista nesta tabela de sanções.	1 a 7

17.10 Para fins de penalização considera-se atraso o dia posterior ao acordado para realização/entrega do serviço material. Caso seja descumprido o prazo, ensejar-se-á penalidade de multa pela infração, e também, a cada dia de atraso – multa moratória.

17.11 Para condutas descritas nos subitens 05, 06, 08, 09, 10, 11, 14, 15, e 16 do quadro acima, a rescisão contratual poderá ser cumulada a multa imposta.

17.12 A reincidência de quaisquer ocorrências acima expostas poderá ensejar na inexecução parcial ou total do contrato.

17.13 A contratada será responsável por quaisquer danos materiais ocasionados por seus funcionários nas instalações do SEPRAE/PR quando da entrega/execução dos serviços contratados.

17.14 As penalidades estipuladas no *caput* desta cláusula são cumulativas, não observam a ordem a que estão expostas e serão aplicadas em estrita conformidade aos Princípios da Proporcionalidade, Razoabilidade e Vinculação ao Instrumento Convocatório.

17.15 O valor da multa poderá ser descontado da garantia contratual prestada pela contratada, ou ainda, do pagamento a ser efetuado à contratada.

17.16 Se a garantia contratual ou valor a ser pago à contratada não forem suficientes para cobrir o valor da multa, fica esta última obrigada a recolher a importância devida.

17.17 A multa deverá ser recolhida diretamente no caixa do SEBRAE/PR, no prazo de 07 (sete) dias corridos, contados da data de sua comunicação.

17.18 Para aplicação das penalidades aqui previstas, a contratada será notificada para apresentação de sua defesa, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados da notificação.

17.19 Esgotados os meios administrativos para cobrança do valor devido pela contratada ao SEBRAE/PR, este será encaminhado ao conhecimento do Poder Judiciário para execução.

18. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

18.1. O SEBRAE/PR não se responsabiliza pelo conteúdo e autenticidade de cópias deste edital obtidas através de terceiros.

18.2. Ao SEBRAE/PR fica reservado o direito de adiar ou suspender os procedimentos licitatórios, dando conhecimento aos interessados.

18.3. O SEBRAE/PR poderá, até o momento da assinatura do instrumento contratual, cancelar a licitação ou desistir da contratação do objeto proposto, no seu todo ou em parte, desde que justificado, sem que caiba qualquer direito de indenização às licitantes.

18.4. Todos os envelopes não abertos pela Comissão de Licitação serão devolvidos às licitantes, mediante recibo, após concluído todo o processo licitatório, ou entregues às licitantes na sessão de julgamento dos documentos para habilitação, caso todas renunciem ao direito de recurso.

18.5. É facultado à Comissão de Licitação do SEBRAE/PR ou à autoridade superior, em qualquer fase da licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou a complementar a instrução do processo, caso em que poderão ser suspensos os procedimentos licitatórios até a realização da diligência, vedada a inclusão posterior de documentos ou informações que deveriam constar originariamente da proposta e documentação para habilitação.

18.6. A Comissão de Licitação poderá solicitar parecer de técnicos pertencentes ao quadro de pessoal do SEBRAE/PR ou, ainda, de pessoas físicas ou jurídicas estranhas a ele, para orientar suas decisões.

18.7. O foro de Curitiba, Estado do Paraná, é competente para conhecer e julgar as questões decorrentes da presente licitação.

Curitiba, 04 de agosto de 2015.

MARA SÍLVIA ALVES FERNANDES
PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO SEBRAE/PR

19. LISTA DE ANEXOS

20. ANEXO I – DESCRIÇÃO DO OBJETO

21. ANEXO II - PROPOSTA COMERCIAL

22. ANEXO III – TERMO DE DECLARAÇÃO

23. ANEXO IV – MINUTA DE CONTRATO

24. ANEXO V - TERMO DE DECLARAÇÃO DE MICROEMPRESA OU EMPRESA DE PEQUENO PORTE

25. ANEXO VI – FORMULÁRIO

26. ANEXO VII – MODELO DE ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA

27. ANEXO VIII – BRIEFING

28. ANEXO IX – REGULAMENTO DE LICITAÇÕES E DE CONTRATOS DO SISTEMA SEBRAE

29. ANEXO X – NI 02 – PAGAMENTOS E REEMBOLSO DE DESPESAS A TERCEIROS

20. ANEXO I – DESCRIÇÃO DO OBJETO

20.1 OBJETO: Contratação, sob demanda, de empresa especializada para a prestação de serviços profissionais de publicidade e propaganda, em todos os meios de comunicação, e de apoio às atividades de Comunicação e Marketing, dentre outros, para o SEBRAE/PR e conforme a necessidade, produção e acompanhamento de peças gráficas, eletrônicas e digitais; estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução, intermediação e supervisão da execução externa, distribuição e controle de veiculação de planos, projetos, programas e campanhas publicitárias institucionais e mercadológicas, para produtos, serviços e eventos do SEBRAE/PR, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral, dentre outros, a serem prestados por 01 (uma) agência de propaganda, compreendendo:

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

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

3. Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado onde o conceito, idéia, marca, produto ou serviço encontre melhor possibilidade de assimilação;

4. Identificação e análise das idéias, marcas, produtos ou serviços concorrentes;

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

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

7. Estudo, planejamento, criação, revisão, diagramação e revisão (layout e texto), layouts ou mock ups, arte final, cotação, contratação e acompanhamento de produção gráfica de material impresso ou eletrônico (exceto serviços gráficos já licitados pelo SEBRAE/PR).

8. Assessoramento e apoio no planejamento e na execução de ações de promoção e patrocínio de eventos, pesquisas mercadológicas, de imagem e de estratégias de marketing;

9. Elaboração e desenvolvimento para registro de marcas, expressões de propaganda, logotipos e de outros elementos de programação visual; (exceto registro de marcas propriamente dito).

10. Elaboração, desenvolvimento e implantação de ações e estratégias de endomarketing;

11. Controle e cálculo das inserções de jornalismo em mídia impressa, eletrônica e web (clipagem, centimetragem e minutagem);

12. Tradução de Idiomas solicitados.

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

A empresa a ser contratada ficará responsável:

- Por disponibilizar um Responsável Técnico para atendimento diário e exclusivo para a prestação dos serviços ao SEBRAE/PR (mesmo profissional indicado no momento da participação na licitação). Na hipótese de necessária substituição do profissional, deverá ser apresentada justificativa pelo

licitante e aprovada previamente pelo SEBRAE/PR, devendo o novo indicado possuir experiência e graduação igual ou superior a do profissional a ser substituído (comprovação através de documentação a ser arquivada pelo Sebrae).

- Por atender ao SEBRAE/PR em todas as demandas com profissionais especializados em atendimento, produção gráfica e eletrônica, mídia online e offline, criação online e offline, artefinalização, planejamento e financeiro.

- Pela elaboração de estimativas de custos de produção, apresentando para fins de aprovação no mínimo 3 orçamentos, sendo que não existirá nenhuma obrigatoriedade de aprovação dos mesmos.

- Acompanhamento de todas as etapas de produção, após aprovação pela Unidade de Marketing e Comunicação, sem custos adicionais, salvo se for fora da cidade de Curitiba e Região Metropolitana, (onde despesas com hospedagem e alimentação serão pagas de acordo com a NI 02).

- Manter em Curitiba ou região metropolitana, durante toda a vigência do contrato, escritório com poderes de decisão para atender ao SEBRAE/PR.

- Para prestação dos serviços ora solicitados, a contratada deverá estar em condições de manter fixos os percentuais durante toda a vigência do contrato.

20.2 FORMA DE PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS:

Para realização de cada serviço será formalizada solicitação pelo SEBRAE/PR, devendo a CONTRATADA apresentar propostas ou projetos de trabalho, com todas as especificações necessárias e com o detalhamento dos custos envolvidos.

As propostas ou projetos deverão ser apresentados à Unidade de Marketing e Comunicação (UMC) do SEBRAE/PR para análise e aprovação.

Os trabalhos reprovados não serão pagos pelo SEBRAE/PR.

Os serviços serão demandados à CONTRATADA, conforme as necessidades específicas definidas pelo SEBRAE/PR, podendo ser demandado apenas alguns dos serviços previstos no objeto do futuro contrato.

É vedada a realização de serviços para outras unidades do SEBRAE/PR sem o intermédio e a aprovação da UMC.

Havendo disparidade entre o preço proposto e o praticado pelo mercado em projetos ou propostas de mesma natureza e complexidade, o SEBRAE/PR negociará a redução do valor ofertado.

O SEBRAE/PR poderá fazer cotação de estimativas de custos selecionando a empresa responsável pela prestação dos serviços de reprodução, com a melhor relação custo\benefício para o SEBRAE/PR.

Para as contratações necessárias para execução do objeto, a CONTRATADA deverá apresentar, para fins de aprovação, no mínimo 03 (três) orçamentos, podendo haver consulta aos fornecedores licitados do SEBRAE/PR, sendo que não existirá, por parte deste, nenhuma obrigatoriedade de aceitação dos preços cotados.

Dadas as características personalíssimas e as particularidades de determinados materiais a serem elaborados, caberá ao SEBRAE/PR, de posse dessas estimativas de custos, decidir pela utilização ou não dos serviços relativos à produção.

O procedimento descrito no item anterior poderá ser aplicado também no caso de reprodução do material em papel, cabendo ao SEBRAE/PR optar pela realização do serviço pela CONTRATADA,

desde que não haja conflito com o objeto das licitações de empresas prestadoras de serviços gráficos ou de reprografia.

Eventuais despesas de transporte de materiais deverão compor o orçamento do trabalho a ser realizado e somente serão executadas, se aprovadas pelo SEBRAE/PR antes de sua realização.

Independente de qual orçamento seja aprovado, será de responsabilidade da CONTRATADA o acompanhamento de todas as etapas de produção e/ou gerenciamento de mídia, sem custo adicional.

Os materiais eletrônicos deverão ser entregues em linguagem compatível com o meio, incluindo sua produção sem gerar custos adicionais ao Sebrae/PR.

A entrega dos materiais deverá acontecer sempre no almoxarifado da sede do SEBRAE/PR, na Rua Caeté, n.º 150 - bairro Prado Velho, em Curitiba, no horário das 9h30min às 12h e das 13h30min às 17h.

20.3 PRAZOS:

NÚMERO	PRODUTO	PRAZO
1	Criação, finalização e entrega de campanhas publicitárias de até 5 peças com pelo menos duas propostas criativas (juntamente deverá ser entregue o plano mídia offline e online – se houver).	Até 10 dias úteis
2	Criação, finalização e entrega de campanhas publicitárias com mais de 5 peças com pelo menos duas propostas criativas (juntamente deverá ser entregue o plano mídia offline e online – se houver).	Até 15 dias úteis
3	Criação e produção de peças publicitárias eletrônicas simples (email marketing, banners eletrônicos, peças para mídias sociais e internet em geral).	Até 3 dias úteis
4	Produção eletrônica simples com duração até 60 segundos (spot, vinheta).	Até 5 dias úteis
5	Produção eletrônica complexa com duração até 60 segundos.	Até 10 dias úteis
6	Produção eletrônica com duração acima de 60 segundos.	Até 12 dias úteis
7	Criação e produção gráfica simples (banners, faixas, cartazes, filipeta, etc).	Até 5 dias úteis
8	Criação e produção gráfica complexa (convite, folder, cartilha, etc).	Até 10 dias úteis
9	Criação de peças para veiculação (mídia exterior, roteiros, anúncios, etc).	Até 7 dias úteis
10	Criação e produção de peças para sinalização/comunicação visual (placas, totens, adesivos).	Até 7dias úteis
11	Diagramação, editoração e finalização gráfica e eletrônica simples.	Até 3 dias úteis
12	Diagramação e editoração e finalização gráfica e eletrônica complexa.	Até 7 dias úteis
13	Impressão gráfica simples. (banners, cartaz, faixa, filipeta, etc).	Até 3 dias úteis
14	Impressão gráfica complexa. (convite, folder, cartilha, etc).	Até 7 dias úteis
15	Criação e produção de material promocional.	Até 7 dias úteis
16	Criação de naming, marcas, expressões de propaganda, logotipos, símbolos, ilustrações, estampas e outros elementos de programação e identidade visual.	Até 10 dias úteis
17	Planejamento completo de mídia.	Até 7 dias úteis
18	Elaboração de pareceres técnicos de mídias.	Até 2 dias úteis
19	Elaboração de relatórios técnicos de campanhas e projetos de comunicação, em formato de apresentação.	Até 3 dias úteis
20	Desenvolvimento de hotsite.	Até 10 dias úteis

Observação: Casos que não estejam contemplados na tabela acima terão seus prazos negociados no momento da solicitação e o não atendimento será interpretado da mesma forma.

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

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

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

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

O não atendimento aos prazos exigidos pelo SEBRAE/PR será interpretado como descumprimento contratual, ensejando as penalidades daí decorrentes.

20.4 REEMBOLSO DE DESPESAS:

Se o trabalho de acompanhamento for realizado fora da cidade de Curitiba e região metropolitana, as despesas de deslocamento e hospedagem da CONTRATADA serão reembolsadas de acordo com Norma Interna do SEBRAE/PR (02-02/2005 – PAGAMENTO DE HONORÁRIOS E REEMBOLSO DE DESPESAS AOS INSTRUTORES E CONSULTORES TERCEIRIZADOS ou outra que venha a substituí-la).

Não haverá reembolso para deslocamentos ou demais despesas não autorizadas pela Unidade de Marketing e Comunicação do SEBRAE/PR.

20.5 DA INDICAÇÃO DO RESPONSÁVEL TÉCNICO PELO ATENDIMENTO EXCLUSIVO PARA O SEBRAE/PR E, POSTERIOR, COMPROVAÇÃO DE VÍNCULO:

20.5.1 Para concorrer ao presente certame, a empresa licitante deverá **apenas indicar**, de acordo com as regras e critérios de julgamento constantes em edital, profissional que será o Responsável Técnico pelo atendimento ao Sebrae/PR (pré-definido em comum acordo).

20.5.2 Caso a proponente seja vencedora da licitação, e na hipótese de não possuir o profissional indicado em seu quadro funcional, deverá apresentar ao SEBRAE/PR a devida documentação, comprovando o vínculo entre a empresa e o profissional indicado, no prazo máximo de 10 (dez) dias após a homologação e adjudicação do objeto licitado.

20.5.3 O vínculo poderá ser comprovado mediante apresentação dos seguintes documentos: cópia autenticada de registro da carteira de trabalho e previdência social – CTPS – caso o profissional indicado pertença ao quadro de funcionários da empresa; cópia autenticada do contrato de prestação de serviços – caso prestador de serviços; ou cópia também autenticada de instrumento constitutivo, contrato social ou documento equivalente, devidamente registrado no órgão competente – caso o profissional pertença a quadro societário de empresa.

20.5.4 A não comprovação do vínculo no prazo previsto no item 20.5.2, implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das demais sanções previstas em edital licitatório, sendo facultado ao SEBRAE/PR convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação, para comprovação de vínculo com o profissional indicado e assinatura do contrato, nas condições da sua proposta, ou ainda, cancelar a licitação.

21. ANEXO II – PROPOSTA COMERCIAL

A MINUTA DA PROPOSTA COMERCIAL DEVERÁ SER RETIRADA NO PORTAL DO SEBRAE/PR OU DO SEBRAE/NA, MESMO LOCAL ONDE FOI RETIRADO ESTE EDITAL.

www.sebraepr.com.br ou www.sebrae.com.br no link "licitações"

22. ANEXO III – TERMO DE DECLARAÇÃO

Ao
SEBRAE/PR - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado do Paraná
Curitiba/PR.

Ref.: CONCORRÊNCIA SEBRAE N.º 02/2015 – CONTRATAÇÃO, SOB DEMANDA, DE EMPRESA ESPECIALIZADA PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS PROFISSIONAIS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA ATENDER ÀS NECESSIDADES DO SEBRAE/PR.

A Empresa ....., inscrita no CNPJ sob n.º....., Inscrição Estadual n.º ....., com endereço na rua ....., n.º ..... , nesta cidade de ...../...., propõe a essa entidade a participação no certame licitatório, modalidade CONCORRÊNCIA, acima referenciado:

DECLARAMOS QUE:

I) Examinamos cuidadosamente o edital, inteiramo-nos de todos os seus detalhes e com eles concordamos, aceitamos todos os seus termos e condições e a eles desde já nos submetemos;

II) Todas as dúvidas ou questionamentos formulados foram devidamente esclarecidos, bem como recebemos todos os elementos e informações para cumprimento das obrigações objeto da licitação;

III) Nos valores constantes da proposta estão incluídas todas as despesas decorrentes da execução do contrato, tais como equipamentos, materiais, mão de obra, custos diretos e indiretos, despesas com encargos sociais, previdenciários, trabalhistas, incluindo vantagens decorrentes de acordos, convenções ou dissídios coletivos, seguros, taxas, tributos e contribuições de qualquer natureza ou espécie, salários, auxílios alimentares, transportes e quaisquer outros encargos necessários à perfeita execução do objeto licitado, exceto na hipótese da prestação dos serviços fora da cidade de Curitiba ou sua Região Metropolitana (onde serão reembolsados conforme Norma Interna nº 02).

IV) Se contratada, estamos cientes que não poderemos realizar nenhuma despesa por conta do SEBRAE/PR sem a devida autorização da Unidade de Marketing e Comunicação. Sendo autorizada, a despesa será reembolsada dentro dos limites e formas definidos pelas Normas Internas do SEBRAE/PR.

V) Mantemos (ou manteremos – conforme o caso), a partir de no máximo 30 (trinta) dias contados da assinatura do contrato, em Curitiba ou sua região metropolitana, estrutura física, recursos humanos e equipamentos necessários, que possibilitem a realização dos serviços objeto desta licitação com poderes de decisão.

VI) A signatária não se encontra suspensa de licitar ou contratar com o Sistema Sebrae.

VII) Nos comprometemos a apresentar ao SEBRAE/PR a documentação necessária para comprovação de vínculo entre a empresa e o profissional indicado como Responsável Técnico, no prazo máximo de 10 (dez) dias após a homologação e adjudicação do objeto licitado, conforme item 20.5 do edital licitatório epigrafado.

Curitiba, ... de ..... de 2015.

Assinatura do Representante Legal da Empresa
Nome legível

23. ANEXO IV – MINUTA DE CONTRATO

CONTRATO N.º ..../15.

Contrato, sob demanda, de prestação de serviços de publicidade, que entre si celebram, o **SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO ESTADO DO PARANÁ - SEBRAE/PR** e a .....

I. SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO ESTADO DO PARANÁ - SEBRAE/PR, entidade associativa de direito privado, sem fins lucrativos, instituída sob a forma de serviço social autônomo, com sede na Rua Caeté, n.º 150, Prado Velho, em Curitiba, Estado do Paraná, inscrito no CNPJ sob n.º 75.110.585/0001-00, neste ato representado por REPRESENTANTE 1 ..... (qualificação) e REPRESENTANTE 2 ..... (qualificação), doravante denominado **SEBRAE/PR**, e de outro a empresa **[nome da empresa]**, com sede na **[endereço completo]**, CNPJ ...., representada pelo **[representante legal da empresa],** doravante denominada **CONTRATADA**, conforme edital da **Concorrência nº 02/2015** e as seguintes cláusulas:

DO FUNDAMENTO LEGAL

Esta contratação decorre de licitação sob a modalidade concorrência, do tipo técnica e preço, nos termos e condições do edital de CONCORRÊNCIA n.º 02/2015, submetendo-se as partes ao edital, ao Regulamento de Licitações e de Contratos do Sistema SEBRAE, conforme Resolução CDN n.º 213/2011, publicada no D.O.U. de 26/05/2011, à legislação aplicável à matéria e às cláusulas aqui estabelecidas.

CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO

Contratação, sob demanda, de empresa especializada para a prestação de serviços profissionais de publicidade e propaganda, em todos os meios de comunicação, e de apoio às atividades de Comunicação e Marketing, dentre outros, para o SEBRAE/PR e conforme a necessidade, produção e acompanhamento de peças gráficas, eletrônicas e digitais; estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução, intermediação e supervisão da execução externa, distribuição e controle de veiculação de planos, projetos, programas e campanhas publicitárias institucionais e mercadológicas, para produtos, serviços e eventos do SEBRAE/PR, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral, dentre outros, a serem prestados por 01 (uma) agência de propaganda, compreendendo:

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

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

III) Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado onde o conceito, idéia, marca, produto ou serviço encontre melhor possibilidade de assimilação;

IV) Identificação e análise das idéias, marcas, produtos ou serviços concorrentes;

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

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

VII) Estudo, planejamento, criação, revisão, diagramação e revisão (layout e texto), layouts ou mock ups, arte final, cotação, contratação e acompanhamento de produção gráfica de material impresso ou eletrônico (exceto serviços gráficos já licitados pelo SEBRAE/PR).

VIII) Assessoramento e apoio no planejamento e na execução de ações de promoção e patrocínio de eventos, pesquisas mercadológicas, de imagem e de estratégias de marketing;

IX) Elaboração e desenvolvimento para registro de marcas, expressões de propaganda, logotipos e de outros elementos de programação visual; (exceto registro de marcas propriamente dito).

X) Elaboração, desenvolvimento e implantação de ações e estratégias de endomarketing;

XI) Controle e cálculo das inserções de jornalismo em mídia impressa, eletrônica e web (clipagem, centimetragem e minutagem);

XII) Tradução de Idiomas solicitados.

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

XIV) A empresa CONTRATADA é responsável:

a) Por disponibilizar um Responsável Técnico para atendimento diário e exclusivo para a prestação dos serviços ao SEBRAE/PR (mesmo profissional indicado no momento da participação na licitação). Na hipótese de necessária substituição do profissional, deverá ser apresentada justificativa pelo licitante e aprovada previamente pelo SEBRAE/PR, devendo o novo indicado possuir experiência e graduação igual ou superior a do profissional a ser substituído (comprovação através de documentação a ser arquivada pelo Sebrae).

b) Por atender ao SEBRAE/PR em todas as demandas com profissionais especializados em atendimento, produção gráfica e eletrônica, mídia online e offline, criação online e offline, artefinalização, planejamento e financeiro.

c) Pela elaboração de estimativas de custos de produção, apresentando para fins de aprovação no mínimo 3 orçamentos, sendo que não existirá nenhuma obrigatoriedade de aprovação dos mesmos.

d) Acompanhamento de todas as etapas de produção, após aprovação pela Unidade de Marketing e Comunicação, sem custos adicionais, salvo se for fora da cidade de Curitiba e Região Metropolitana, (onde despesas com hospedagem e alimentação serão pagas de acordo com a NI 02).

e) Manter em Curitiba ou região metropolitana, durante toda a vigência do contrato, escritório com poderes de decisão para atender ao SEBRAE/PR.

f) Para prestação dos serviços ora solicitados, a contratada deverá estar em condições de manter fixos os percentuais durante toda a vigência do contrato.

CLÁUSULA SEGUNDA – FORMA DE PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS

Para realização de cada serviço será formalizada solicitação pelo SEBRAE/PR, devendo a CONTRATADA apresentar propostas ou projetos de trabalho, com todas as especificações necessárias e com o detalhamento dos custos envolvidos.

I) As propostas ou projetos deverão ser apresentados à Unidade de Marketing e Comunicação (UMC) do SEBRAE/PR para análise e aprovação.

II) Os serviços reprovados não serão pagos pelo SEBRAE/PR.

III) Os serviços serão demandados à CONTRATADA, conforme as necessidades específicas definidas pelo SEBRAE/PR, podendo não ser demandado todos os serviços elencados neste contrato.

IV) É vedada a realização de serviços para outras unidades do SEBRAE/PR sem o intermédio e a aprovação da UMC.

V) Havendo disparidade entre o preço proposto e o praticado pelo mercado em projetos ou propostas de mesma natureza e complexidade, o SEBRAE/PR negociará a redução do valor ofertado.

VI) O SEBRAE/PR poderá fazer cotação de estimativas de custos selecionando a empresa responsável pela prestação dos serviços de reprodução, com a melhor relação custo\benefício para o SEBRAE/PR.

VII) Nos casos de subcontratação de serviços para completa execução do objeto, a CONTRATADA deverá apresentar, para fins de aprovação, no mínimo 03 (três) orçamentos, podendo haver consulta aos fornecedores licitados do SEBRAE/PR, sendo que não existirá, por parte deste, nenhuma obrigatoriedade de aceitação dos preços cotados.

VIII) Dadas as características personalíssimas e as particularidades de determinados materiais a serem elaborados, caberá ao SEBRAE/PR, de posse dessas estimativas de custos, decidir pela utilização ou não dos serviços relativos à produção.

IX) O procedimento descrito no item anterior poderá ser aplicado também no caso de reprodução do material em papel, cabendo ao SEBRAE/PR optar pela realização do serviço pela CONTRATADA, desde que não haja conflito com o objeto das licitações de outras empresas prestadoras de serviços gráficos ou de reprografia.

X) Eventuais despesas de transporte de materiais deverão compor o orçamento do trabalho a ser realizado e somente serão executadas, se aprovadas pelo SEBRAE/PR antes de sua realização.

XI) Independente de qual orçamento seja aprovado, será de responsabilidade da CONTRATADA o acompanhamento de todas as etapas de produção e/ou gerenciamento de mídia, sem custo adicional.

XII) Os materiais eletrônicos deverão ser entregues em linguagem compatível com o meio, incluindo sua produção sem gerar custos adicionais ao Sebrae/PR.

XIII) A entrega dos materiais deverá acontecer sempre no almoxarifado da sede do SEBRAE/PR, na Rua Caeté, n.º 150 - bairro Prado Velho, em Curitiba, no horário das 9h30min às 12h e das 13h30min às 17h.

XIV) Nos casos de serviços que demandem subcontratação, deverá a empresa subcontratada emitir nota fiscal diretamente contra o SEBRAE/PR, que fará o pagamento observando as retenções tributárias cabíveis.

XV) Continua sendo de responsabilidade da CONTRATADA, o recebimento da nota fiscal do subcontratado para ateste da execução, conclusão e qualidade dos serviços prestados pela subcontratada, com posterior remessa ao SEBRAE/PR para pagamento;

CLÁUSULA TERCEIRA – PRAZOS PARA PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS

NÚMERO	PRODUTO	PRAZO
1	Criação, finalização e entrega de campanhas publicitárias de até 5 peças com pelo menos duas propostas criativas (juntamente deverá ser entregue o plano mídia offline e online – se houver).	Até 10 dias úteis

2	Criação, finalização e entrega de campanhas publicitárias com mais de 5 peças com pelo menos duas propostas criativas (juntamente deverá ser entregue o plano mídia offline e online – se houver).	Até 15 dias úteis
3	Criação e produção de peças publicitárias eletrônicas simples (email marketing, banners eletrônicos, peças para mídias sociais e internet em geral).	Até 3 dias úteis
4	Produção eletrônica simples com duração até 60 segundos (spot, vinheta).	Até 5 dias úteis
5	Produção eletrônica complexa com duração até 60 segundos.	Até 10 dias úteis
6	Produção eletrônica com duração acima de 60 segundos.	Até 12 dias úteis
7	Criação e produção gráfica simples (banners, faixas, cartazes, filipeta, etc).	Até 5 dias úteis
8	Criação e produção gráfica complexa (convite, folder, cartilha, etc).	Até 10 dias úteis
9	Criação de peças para veiculação (mídia exterior, roteiros, anúncios, etc).	Até 7 dias úteis
10	Criação e produção de peças para sinalização/comunicação visual (placas, totens, adesivos).	Até 7 dias úteis
11	Diagramação, editoração e finalização gráfica e eletrônica simples.	Até 3 dias úteis
12	Diagramação e editoração e finalização gráfica e eletrônica complexa.	Até 7 dias úteis
13	Impressão gráfica simples. (banners, cartaz, faixa, filipeta, etc).	Até 3 dias úteis
14	Impressão gráfica complexa. (convite, folder, cartilha, etc).	Até 7 dias úteis
15	Criação e produção de material promocional.	Até 7 dias úteis
16	Criação de naming, marcas, expressões de propaganda, logotipos, símbolos, ilustrações, estampas e outros elementos de programação e identidade visual.	Até 10 dias úteis
17	Planejamento completo de mídia.	Até 7 dias úteis
18	Elaboração de pareceres técnicos de mídias.	Até 2 dias úteis
19	Elaboração de relatórios técnicos de campanhas e projetos de comunicação, em formato de apresentação.	Até 3 dias úteis
20	Desenvolvimento de hotsite.	Até 10 dias úteis

a) A criação deverá, quando necessário, contemplar o projeto gráfico.

b) A definição das peças simples e complexas caberá ao SEBRAE/PR.

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

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

e) O não atendimento aos prazos exigidos pelo SEBRAE/PR será interpretado como descumprimento contratual, ensejando as penalidades daí decorrentes.

CLÁUSULA QUARTA - DO REEMBOLSO DE DESPESAS

Para os serviços prestados fora da região metropolitana de Curitiba, o SEBRAE/PR reembolsará as despesas de viagem, hospedagem e alimentação, de acordo com sua Norma Interna n.º 02-02/2005 ou outra que venha a substituí-la.

Parágrafo único - Não haverá reembolso para deslocamentos ou demais despesas não autorizadas pela Unidade de Marketing e Comunicação do SEBRAE/PR.

CLÁUSULA QUINTA – DAS OBRIGAÇÕES

Além das demais obrigações declinadas neste instrumento, são obrigações:

I. do **SEBRAE/PR**:

a) encaminhar à CONTRATADA os serviços a serem executados, detalhando e prestando todas as informações necessárias à execução da tarefa;

b) solicitar os serviços por e-mail ou pessoalmente, através de briefing contendo o código de débito a ser lançado na nota fiscal;

c) aprovar todas as peças produzidas pela empresa contratada e autorizar a divulgação;

d) comunicar, por escrito, à empresa contratada, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas úteis;

e) conferir a nota fiscal, observando a presença de informações necessárias, as quantidades fornecidas e respectivos valores;

f) notificar a CONTRATADA, formal e tempestivamente, sobre as irregularidades observadas no cumprimento do contrato;

g) realizar os pagamentos à CONTRATADA no prazo estabelecido.

II. da CONTRATADA:

a) Prestar ao SEBRAE/PR os serviços ora contratados, obrigando-se a não assumir encargo de propaganda de produto ou serviço concorrente, salvo com expressa e formal concordância do SEBRAE/PR;

b) Efetuar e apresentar, antes das subcontratações, cotações de preços para os serviços de terceiros, com pelo menos 03 (três) fornecedores, remetendo-as ao SEBRAE/PR para prévio exame, aprovação formal e arquivo. Caso o SEBRAE/PR não aprove os orçamentos apresentados, este poderá realizar o próprio orçamento a ser praticado. Ainda, quando tratar-se de fornecimento de produtos ou serviços de notória especialização, não serão necessários os orçamentos desde que a negociação com o fornecedor seja aprovada pelo SEBRAE/PR;

c) zelar pela qualidade dos serviços subcontratados;

d) prestar informações às empresas subcontratadas sobre as condições compactuadas neste contrato;

c) Desenvolver, mediante solicitação do SEBRAE/PR, pesquisa de opinião pública, de *recall*, *day after* e outras que se fizerem necessárias à execução da estratégia de divulgação aprovada, reservando-se o SEBRAE/PR o direito de contratar esses serviços, no todo ou em parte, diretamente a terceiros;

d) Desenvolver estudos dos veículos de comunicação mais adequados à estratégia de divulgação do SEBRAE/PR, e ao seu público-alvo;

e) Apresentar ao SEBRAE/PR todas as estimativas de custos de veiculação, produção e outros serviços subcontratados que lhe forem incumbidos;

f) Acompanhar e fiscalizar, junto aos veículos de comunicação, o cumprimento da veiculação publicitária que lhe for incumbida pelo SEBRAE/PR, com o uso, se necessário, de instrumentos verificadores de circulação ou audiência que se prestem a esse fim;

g) Manter, por si, por seus prepostos e subcontratados, irrestrito e total sigilo de todas as atividades desempenhadas em relação às informações do SEBRAE/PR;

h) Repassar qualquer desconto e/ou bonificação obtidos na contratação de serviços de terceiros, incluídos os de veiculação, ao preço final a ser pago pelo SEBRAE/PR, exceto a Bonificação de Volume – BV;

i) Manter o SEBRAE/PR incólume em relação a todas e quaisquer reivindicações, demandas, processos, danos, custos, encargos, despesas e indenizações que resultem da violação de direitos autorais protegidos por lei, respondendo por eventual lesão a tais direitos perante terceiros, sem prejuízo da apuração das responsabilidades incidentes. A CONTRATADA se compromete a substituir, às suas expensas, o objeto da cessão, caso este importe em lesão à direitos de terceiros.

j) Entregar todas as peças (*layouts*, arte-final, arquivos, dentre outros) de propaganda criadas para o SEBRAE/PR ao término do presente contrato, passando estas a pertencer ao SEBRAE/PR para uso presente ou futuro, sem qualquer restrição, uma vez que pertencerá ao seu patrimônio;

k) Efetuar todos os pagamentos decorrentes de serviços executados por ordem do SEBRAE/PR dentro das condições e prazos estipulados nas faturas originais de serviços, responsabilizando-se civil e criminalmente pelo não-cumprimento destas obrigações;

l) Responsabilizar-se pelas despesas com deslocamento de seus profissionais ou de seus representantes, para fins de atendimento do SEBRAE/PR;

m) Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos financeiros e que redundem em aumento de despesas ou perdas de descontos;

n) Administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, respondendo por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e o próprio SEBRAE/PR;

o) Providenciar imediatamente as alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais trabalhos, mediante comunicação formal do SEBRAE/PR, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data das ocorrências acima, desde que não causadas pela própria CONTRATADA;

p) Responder, perante o SEBRAE/PR e terceiros, por eventuais prejuízos ou danos decorrentes de sua demora ou de sua omissão, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de propaganda ou de qualquer erro seu em material publicitário;

q) Obter, além da concordância geral para campanhas e projetos promocionais, aprovação prévia e formal do SEBRAE/PR para textos, *layouts*, artes, *story boards*, roteiros, filmes, vídeos, *spots*, *jingles*, fotografias e modelos; programações de mídia; estimativas de custos de todos os itens necessários à execução dos serviços.

r) Assistir a Unidade de Marketing e Comunicação do SEBRAE/PR em todas as áreas de sua atividade, sempre que solicitada;

s) Submeter-se à auditoria contábil pelo SEBRAE/PR, por meio de entidade ou empresa para isso designada, com aviso prévio de pelo menos 05 (cinco) dias;

t) Comprovar, a qualquer momento, o pagamento dos tributos que incidirem sobre a execução dos serviços prestados;

u) Responder pelas consequências resultantes de qualquer ação judicial movida por terceiros contra o SEBRAE/PR, com base na legislação de proteção à propriedade industrial ou de direitos autorais, relacionados com os serviços, objeto do presente contrato;

v) Na hipótese da CONTRATADA violar os direitos do autor e os direitos que lhe são conexos previstos na legislação específica, no ato da cessão dos referidos direitos ao SEBRAE/PR, será a mesma responsável pelos danos causados, além de outras cominações legais;

x) Disponibilizar um executivo de contas que tenha formação nas áreas de administração de empresas, contabilidade, economia e gestão financeira, para atendimento diário, exclusivo para a prestação dos serviços ao SEBRAE/PR;

y) Disponibilizar sistema de informática compatível com o do SEBRAE/PR, para recebimento dos arquivos via "e-mail" dos mais diversos formatos para o ambiente do SEBRAE/PR;

w) Executar os serviços contratados dentro dos padrões de qualidade, quantidade e segurança, exigidos, em estrita observância às condições definidas no contrato e de acordo com as instruções recebidas do SEBRAE/PR, por meio de profissionais legalmente habilitados, em quantidade compatível com os serviços, diligenciando no sentido de que os trabalhos sejam conduzidos segundo a melhor técnica aplicável, observando os prazos programados pela sua realização;

z) Cumprir rigorosamente as exigências da legislação tributária, fiscal, trabalhista, previdenciária, de seguro, higiene e saúde do trabalho, assumindo todas as obrigações e encargos legais inerentes e respondendo integralmente pelos ônus resultantes das infrações cometidas;

aa) Reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação mediante prévia e formal autorização do SEBRAE/PR;

ab) As peças gráficas criadas deverão ser fornecidas ao SEBRAE/PR em formato PSD (aberto) e JPEG em alta resolução, em CD ou DVD, logo após sua finalização, para que possam ser reproduzidas sempre que houver necessidade para preenchimento de espaços de contrapartida, ações promocionais e/ou publicações internas. No caso de filme para TV e Internet, a CONTRATADA deverá fornecer ao SEBRAE/PR uma cópia em DVCAM ou Betacam digital, outra em DVD e outra em arquivo digital em alta resolução (1080p). A entrega deste backup poderá ser realizada mensalmente englobando todos os jobs do mês fechado, divididos por projetos e data

ac) Reter, em arquivo digital, cópia das artes-finais – filmless - de todas as peças gráficas criadas e aprovadas pelo SEBRAE/PR, para reutilizações e sem custos adicionais;

ad) As cópias das peças gráficas deverão ser fornecidas em CD ou DVD enquanto as das demais peças nos materiais de suporte correspondente;

ae) Ao término do CONTRATO, ou em qualquer momento da sua vigência, o SEBRAE/PR poderá solicitar a entrega de qualquer portfólio produzido para o SEBRAE/PR, sem qualquer ônus;

af) Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e repassar ao SEBRAE/PR as vantagens obtidas;

ag) Em casos de subcontratação de terceiros para a execução parcial de serviços estipulados neste contrato, exigir dos eventuais contratados – no que couber – as mesmas condições do presente contrato;

ah) Permitir que a auditoria interna do SEBRAE/PR ou auditoria externa por ela indicada tenha acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados;

ai) Guiar-se-á pelo Código de Ética dos Profissionais de Propaganda e pelas normas legais correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que estiver de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, com a moral e os bons costumes;

aj) Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do presente contrato;

ak) Apresentar sem ônus para o SEBRAE/PR, relatórios de checagem de empresas terceirizadas, sem vínculo com os exibidores, para os meios TV e rádio. Com relação à internet e à mídia exterior, deverão ser apresentados relatórios de gerenciamento. Para a mídia impressa, deverão ser apresentados os títulos originais como comprovante de veiculação.

al) Disponibilizar uma opção de visualização dos trabalhos convencionais para o ambiente internet;

am) Não assumir quaisquer despesas em nome e por conta do SEBRAE/PR, sem prévia e expressa autorização;

an) Apresentar, sempre que solicitado, comprovantes de regularidade para com a Seguridade Social – INSS e FGTS;
ao) Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas.

ap) Disponibilizar um Responsável Técnico para atendimento diário e exclusivo para a prestação dos serviços ao SEBRAE/PR (mesmo profissional indicado no momento da participação na licitação) – caso necessária a substituição do profissional, esta deverá ser previamente aprovada pelo SEBRAE/PR e o novo indicado deverá possuir experiência e graduação igual ou superior a do profissional a ser substituído.

ar) Disponibilizar ambiente virtual que funcione como repositório de arquivos e layouts, onde tenham livre acesso a contratante e contratada.

as) Apresentar nome de todos os envolvidos na agência em cada job apresentado (atendimento, criação, arte-finalização, produção, mídia, planejamento e financeiro)

at) Entregar relatórios mensais de satisfação, apontando melhorias que podem ser feitas pelo SEBRAE/PR para a gestão do contrato.

CLÁUSULA SEXTA – DA GESTÃO DO CONTRATO

A gestão do presente contrato será realizada pela Camila Fumaco e a fiscalização será realizada pela Fiscal Simone Schuster Schelela, ambas funcionárias do Sebrae/PR designadas pela Gerente da Unidade de Marketing e Comunicação.

§1º - A fiscalização feita pelo SEBRAE/PR não supre, substitui ou diminui a responsabilidade da empresa contratada na execução do objeto de presente contrato.

§2º - Caberá ao gestor do contrato a quem compete todas as ações necessárias ao fiel cumprimento das condições estipuladas neste contrato e ainda:
a) comunicar à UAJ as irregularidades na prestação dos serviços para instauração de procedimento administrativo, para eventual aplicação de penalidades previstas neste contrato;
b) receber do fiscal as informações e documentos pertinentes à execução do objeto contratado;
c) acompanhar o processo licitatório, em todas as suas fases;
d) manter controles adequados e efetivos do presente contrato, do qual constarão todas as ocorrências relacionadas com a execução, inclusive o controle do saldo contratual, com base nas informações e relatórios apresentados pelo fiscal;
e) propor medidas que melhorem a execução do contrato.

§3º - Caberá ao fiscal do contrato o acompanhamento da execução do objeto da presente contratação, informando ao gestor do contrato as ocorrências que possam prejudicar o bom andamento do contrato, e ainda:

a) atestar, em documento hábil, o fornecimento, a entrega, a prestação de serviço ou a execução do mesmo, após conferência prévia do objeto contratado e encaminhar os documentos pertinentes ao gestor para certificação;
b) conferir os preços, quantidades e especificações, inclusive marcas de produtos constantes da nota fiscal com os estabelecidos no contrato;
c) verificar se o prazo de entrega, especificações, quantidades encontram-se de acordo com o estabelecido no instrumento contratual;
d) comunicar ao gestor eventuais atrasos nos prazos de entrega e/ou execução do objeto, bem como os pedidos de prorrogação, se for o caso;
e) acompanhar e controlar à execução do objeto contratado, relativamente à qualidade e quantidade necessárias e/ou previstas contratualmente;

§4º - A ação ou omissão, total ou parcial, da fiscalização do SEBRAE/PR, não elide nem diminui a responsabilidade da contratada quanto ao cumprimento das obrigações pactuadas entre as partes, responsabilizando esta quanto a quaisquer irregularidades resultantes de imperfeições técnicas, serviço inadequado ou de qualidade inferior, que não implicarão corresponsabilidade do SEBRAE/PR ou de funcionário designado para a fiscalização.

CLÁUSULA SÉTIMA – DAS COMUNICAÇÕES DOS ATOS DE GESTÃO DO CONTRATO

Por ocasião da participação na licitação, a **CONTRATADA** indicou o endereço eletrônico abaixo descrito, pertencente ao responsável pela interface com o **SEBRAE/PR**, por meio do qual serão efetuadas as comunicações formais entre as partes.

I – Fica estabelecido o seguinte endereço eletrônico para comunicação formal com o responsável da empresa contratada: .....@“contratada”.com.br e telefone: (....) .....-.....

§1º - Compete à **CONTRATADA** zelar pelo gerenciamento, manutenção do registro, bem como seu acompanhamento diário.

§2º - As comunicações entre as partes poderão ocorrer por telefone, sendo ratificadas, posteriormente, por e-mail.

§3º - Para fins do disposto nesta cláusula, fica estabelecido como endereço eletrônico do **SEBRAE/PR** para contato o(s) seguinte(s):

I - Gestora do contrato: CFumaco@pr.sebrae.com.br
II - Fiscal do contrato: SSchelela@pr.sebrae.com.br

§4º - Na hipótese de alteração do endereço eletrônico indicado pela **CONTRATADA**, esta deverá comunicar imediatamente o gestor e fiscal do contrato, sob pena de aplicação de penalidade prevista neste instrumento contratual.

CLÁUSULA OITAVA – DA PRESTAÇÃO DA GARANTIA

Em até 20 dias corridos após a assinatura do contrato, deverá a **CONTRATADA** apresentar garantia no valor de:

REFERÊNCIA *	VALOR (R$)
10%	R$ 600.000,00

I - A coluna “REFERÊNCIA” refere-se ao percentual sobre o valor estimado para contratação pelo período de 12 (doze) meses.

II - Os valores constantes na tabela acima se referem à garantia que deverá ser apresentada pela empresa **CONTRATADA.**

§1º - Deverá ser apresentada garantia em uma das seguintes formas, a sua escolha:

I - caução em dinheiro;
II - fiança bancária;
III - seguro garantia.

§2º - Sobre a caução prestada em dinheiro incidirá tão somente atualização correspondente ao índice aplicado à caderneta de poupança.

§3º - Caso a modalidade escolhida seja a fiança bancária, esta deverá conter, sob pena de não ser admitida:

I - prazo de validade, que deverá corresponder ao período de vigência do contrato, devendo ser tempestivamente renovada se estendida ou prorrogada essa vigência;

II - expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento ao **SEBRAE/PR**, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;

III - renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos artigos 827 e 838 do Código Civil, assumindo a condição de devedor solidário;

IV - cláusula que assegure a atualização do valor afiançado, de acordo com o previsto neste contrato, e em caso de prorrogação.

§4º - A inobservância do prazo fixado para apresentação da garantia acarretará a aplicação de multa de 0,2% (dois décimos por cento) do valor do contrato por dia de atraso, até o máximo de 2% (dois por cento).

§5º - O atraso superior a 10 (dez dias úteis) dias autoriza o **SEBRAE/PR** a promover a retenção dos pagamentos devidos à **CONTRATADA**, até o limite de 10% (dez por cento) do valor anual do contrato, a título de garantia.

§6º - A retenção efetuada (descrita no parágrafo anterior) não gera direito a nenhum tipo de compensação financeira à **CONTRATADA**.

§7º - Caso o valor da garantia seja utilizado no todo ou em parte para o pagamento de multa pecuniária prevista neste contrato, esta deve ser complementada no prazo de até 10 (dez) dias úteis, contado da solicitação do **SEBRAE/PR**, sob pena de rescisão contratual.

§8º - Eventual multa será aplicada após observados os princípios da ampla defesa e contraditório no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, contados da notificação inicial.

§9º A **CONTRATADA**, a qualquer tempo, poderá substituir a retenção efetuada por quaisquer das modalidades de garantia, caução em dinheiro, seguro garantia ou fiança bancária.

§10 - A qualquer tempo, mediante comunicação ao **SEBRAE/PR**, poderá ser admitida a substituição da garantia, observadas as modalidades previstas neste edital.

§11 - A garantia assegurará, qualquer que seja a modalidade escolhida, o pagamento de:

I - prejuízos advindos do não cumprimento do contrato;
II - multas punitivas aplicadas pelo **SEBRAE/PR**;
III - prejuízos diretos causados ao **SEBRAE/PR** decorrentes de culpa ou dolo durante a execução do contrato;
IV - obrigações previdenciárias não honradas pela **CONTRATADA**, prejuízos indiretos causados ao **SEBRAE/PR** e prejuízos causados a terceiros, decorrentes de culpa ou dolo durante a execução do contrato.

§12 - Será considerada extinta a garantia:

I - com a devolução da apólice, carta fiança ou autorização para levantamento de importâncias depositadas em dinheiro a título de garantia, acompanhada de declaração do **SEBRAE/PR**, mediante termo circunstanciado, de que a **CONTRATADA** cumpriu todas as cláusulas do contrato;
II - com a extinção do contrato.

§13 - A garantia será liberada após o perfeito cumprimento do contrato, no prazo de até 30 (trinta) dias, contados da data do vencimento de sua vigência.

CLÁUSULA NONA - DO PREÇO

Sobre os serviços deste contrato incidirão os seguintes percentuais:

I) Os serviços executados pela própria empresa licitante serão remunerados em valores de acordo com a Tabela Oficial do SINAPRO-PR - Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná, considerando o desconto de _____**% (**_____ **por cento)** sobre a tabela vigente na ocasião da prestação dos serviços.
II) Honorários de _____**% (**_____ **por cento)** incidentes sobre os serviços ou suprimentos contratados perante terceiros, formal e previamente autorizados pelo SEBRAE/PR, que não tenham a participação direta da licitante, situação em que a responsabilidade daquela limita-se à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, tais como: contratação de serviços de fotografia, cinegrafistas e profissionais de comunicação, pesquisas específicas para o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato a ser celebrado com a empresa licitante vencedora, dentre outros (deverão ser apresentadas as respectivas notas fiscais da empresa subcontratada para comprovação dos custos).

III) Honorários de _____**% (**_____ **por cento)** incidentes sobre os serviços desenvolvidos e coordenados pela empresa licitante, formal e previamente autorizados pelo SEBRAE/PR e executados por terceiros.

IV) Editais e publicações de natureza legal poderão ser contratados diretamente pelo SEBRAE/PR junto aos veículos, por meio de procedimento específico. No caso de optar pela publicação desses atos legais por meio da agência, a taxa de remuneração da agência é de _____**% (**_____ **por cento)** (deverão ser apresentadas as respectivas notas fiscais da empresa subcontratada para comprovação dos custos).

V) Para bens e serviços não previstos, a Contratada será responsável pela elaboração de estimativas de custos de produção, apresentando para fins de aprovação no mínimo 3 orçamentos, sendo que não existirá nenhuma obrigatoriedade de aprovação e contratação dos mesmos, podendo o SEBRAE/PR utilizar-se de outras empresas contratadas;

§ 1º - Não será repassado ao SEBRAE/PR o pagamento de tributos e outros encargos.

§ 2º - Nos valores constantes da proposta estão incluídas todas as despesas decorrentes da execução do contrato, tais como equipamentos, materiais, mão de obra, custos diretos e indiretos, despesas com encargos sociais, previdenciários, trabalhistas, incluindo vantagens decorrentes de acordos, convenções ou dissídios coletivos, seguros, taxas, tributos e contribuições de qualquer natureza ou espécie, salários, auxílios alimentares, transportes e quaisquer outros encargos necessários à perfeita execução do objeto deste contrato;

§ 3º - Esses honorários serão calculados sobre o preço líquido, assim entendido o preço efetivamente faturado, dele excluído o valor dos impostos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

§ 4º - As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas, no interesse no interesse do SEBRAE/PR, quando da prorrogação deste contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA - DA CESSÃO DE DIREITOS AUTORAIS

A **CONTRATADA** cede desde já ao **SEBRAE/PR** todos os direitos autorais patrimoniais sobre toda e qualquer obra que venha a ser criada em decorrência do objeto desta contratação, sendo certo que a cessão é feita de forma irrevogável e irretratável, permitindo o **SEBRAE/PR**, independentemente de pedido de autorização, a utilização pela **CONTRATADA** da mencionada obra em seus programas educacionais.

§ 1º - O **SEBRAE/PR** se reserva ao direito de exercer todos os direitos autorais patrimoniais decorrentes da presente contratação, podendo desde agora exercê-los a qualquer tempo em todo território nacional e em quaisquer outros países, exceto os que não participem de tratados a que o Brasil tenha aderido ou que não concedem ao autor de obra a mesma proteção concedida neste país.

§ 2º - A presente cessão abrange todos os direitos de utilização das obras a serem eventualmente criadas, incluindo todas as modalidades existentes enumeradas no artigo 29 da Lei 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, e as que venham a ser inventadas.

§ 3º - Em se tratando de obra que implique o uso de imagens, a **CONTRATADA** cede, neste ato, ao **SEBRAE/PR** o uso de imagens relativas às obras que lhe são cedidas e transferidas.

§ 4º - As edições divulgadas após as atualizações elaboradas pelo **SEBRAE/PR** deverão conter tal fato especificado na publicação, responsabilizando-se aquele que for contratado para tal tarefa, frente à **CONTRATADA**, ao **SEBRAE/PR** e terceiros por todo o conteúdo atualizado.

§ 5º - A **CONTRATADA** manterá o **SEBRAE/PR** incólume em relação a todas e quaisquer reivindicações, demandas, processos, danos, custos, encargos, despesas e indenizações que resultem da violação de direitos autorais protegidos por lei, respondendo única e exclusivamente pelo texto e material original entregue ao **SEBRAE/PR**, sem prejuízo da apuração das responsabilidades incidentes.

§ 6º - A **CONTRATADA** se compromete a substituir, às suas expensas, a obra eventualmente criada e cedida ao **SEBRAE/PR**, caso essa obra importe em lesão a direitos de terceiros.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DO SIGILO

A **CONTRATADA** fica obrigada a manter sigilo quanto ao conteúdo dos dados e informações disponibilizados pelo **SEBRAE/PR** para consecução dos serviços objeto deste contrato, e a manter, por si, por seus prepostos, empregados ou contratados, irrestrito segredo de todas as atividades desempenhadas em relação a esses serviços.

§1º - As obrigações estabelecidas na presente cláusula obrigam a **CONTRATADA** durante a vigência do presente instrumento, bem como após o seu encerramento ou rescisão.

§2º - É vedada à **CONTRATADA**, sob qualquer forma, a exploração de mídia de qualquer natureza, utilizando-se do objeto deste contrato, em qualquer época, sem prévia e formal autorização do **SEBRAE/PR**.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

Os pagamentos serão realizados mediante depósito bancário na conta corrente de titularidade da **CONTRATADA**, conforme as condições e prazo abaixo descritos:

I. Natureza do serviço prestado, discriminando se a empresa atende os requisitos do artigo 120 da IN RFB Nº. 971 de 17/11/2009;
II. Especificação dos serviços realizados;
III. Data da realização dos serviços;
IV. Número do contrato;
V. Local (cidade) da prestação dos serviços;
VI. Valor total da nota fiscal, com destaque para as retenções pertinentes à legislação vigente;

VII. Banco, nº. da agência e conta corrente da pessoa jurídica que prestou o serviço, excluídas as contas de poupança.
VIII. Apresentação da nota fiscal referente a taxa de administração acompanhada das respectivas notas fiscais referente as subcontratações (*quando for o caso*).
IX. Em "Informações Complementares" ou no corpo da Nota Fiscal, apresentar as seguintes informações das empresas subcontratadas: número da nota fiscal, a série (se for o caso), a data de emissão, o valor total da nota fiscal, razão social, número de inscrição no CNPJ.

§1º Os serviços que envolverem subcontratação, deverá constar na nota fiscal o percentual de honorários para a **CONTRATADA**, que será calculado sobre o valor dos serviços subcontratados.

§2º Para o pagamento à(s) subcontratada(s), a empresa **CONTRATADA** deverá atestar a execução, a conclusão e a qualidade dos serviços prestados, com a posterior remessa das Notas Fiscais ao gestor do **SEBRAE/PR**, para fins de pagamento. O atesto será feito pela aposição de carimbo na nota fiscal, conforme modelo a ser definido/apresentado pela Unidade de Controladoria e Finanças – UCF do **SEBRAE/PR**.

§3º A **CONTRATADA** deverá apresentar 3 (três) orçamentos para os serviços subcontratados, sem a obrigatoriedade de aprovação de qualquer um deles, ficando a critério do **SEBRAE/PR** a solicitação de outros orçamentos, para fins de comparação e aprovação.

§4º A(s) Nota(s) Fiscal(is) da(s) subcontratada(s) deverá(ão) constar obrigatoriamente as seguintes informações:

I. Número do processo de licitação;
II. Número do contrato firmado entre a **CONTRATADA** e o **SEBRAE/PR**;
III. Descrição dos serviços subcontratados.

§5º As notas fiscais da **CONTRATADA** devem ser entregues ao **SEBRAE/PR** acompanhadas, preferencialmente, de todas as notas de cada subcontratada integrante do processo de pagamento em questão.

§6º As subcontratações realizadas pela **CONTRATADA** para realização do evento deverão ser comprovadas por meio das respectivas notas fiscais emitidas em nome do **SEBRAE/PR**, sob pena de não pagamento**.**

§7º Desde que as notas fiscais estejam de acordo com todos os requisitos acima expostos, os pagamentos dos serviços serão realizados em até 20 (vinte) dias da entrega da Nota Fiscal na UCF (Unidade de Controladoria e Finanças), mediante depósito em conta corrente da **CONTRATADA e/ou subcontratada**, após a aprovação do relatório pelo gestor do contrato. Outro prazo poderá ser estabelecido em Normativas Internas definidas pela Unidade de Controladoria e Finanças do **SEBRAE/PR**.

§8º Para que os pagamentos sejam efetuados no prazo mencionado acima, a fatura deverá ser entregue em datas a serem negociadas com o gestor do contrato.

§9º Os valores propostos na planilha são de serviços ou bens a serem subcontratados pela **CONTRATADA** sob sua responsabilidade ou executados pela própria **CONTRATADA**. Quando for executado por terceiros, dever-se-á comprovar a subcontratação por meio de nota fiscal. Quando a execução for pelo corpo técnico da própria **CONTRATADA** ou por bens de sua propriedade, a comprovação do vínculo jurídico das pessoas ou bens, bem como a quitação de possíveis obrigações legais (como, por exemplo, verbas trabalhistas, fiscais, previdenciárias, etc.), poderão ser solicitadas pelo **SEBRAE/PR**, o que condicionará o pagamento dos serviços, sendo que tais bens ou serviços deverão estar discriminados na respectiva nota fiscal.

§10 As notas fiscais em desacordo com o exigido no *caput* desta cláusula não serão pagas até que a **CONTRATADA** providencie sua correção ou substituição, não ocorrendo, neste caso, qualquer alteração no valor a ser pago pelo **SEBRAE/PR**.

§11 As notas fiscais devem obrigatoriamente vir acompanhadas de comprovantes de regularidade para com a Seguridade Social – INSS e FGTS.

§12 Quando a **CONTRATADA** ou **subcontratada** prestar informações bancárias incorretas, que impossibilitem a realização do pagamento, o **SEBRAE/PR** descontará do valor das mesmas as despesas que venha a ter em virtude do erro.

§13 O **SEBRAE/PR** não efetuará pagamentos de faturas, duplicatas ou boletos que tenham sido colocadas em cobrança ou descontadas em bancos, e não se responsabilizará pelo pagamento de parcelas contratuais operadas pela **CONTRATADA** junto à rede bancária.

§14 A **CONTRATADA** ou **subcontratada** deverá emitir a nota fiscal contra o CNPJ nº ...../.....-.... do escritório de Curitiba/PR.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

As despesas com a execução deste contrato correrão à conta de diversos códigos orçamentários, ficando a discriminação do código orçamentário vinculada ao projeto para o qual sejam demandadas as solicitações.

§ 1º - O valor orçamentário destinado a essa contratação é de R$ 6.000.000,00 (seis milhões de reais) para cada 12 (doze) meses de vigência do contrato.

§ 2º - A estimativa de valor prevista no parágrafo anterior constitui-se em mera previsão, não estando o SEBRAE/PR obrigado a realizá-la em sua totalidade e não cabendo à CONTRATANDA o direito de pleitear qualquer tipo de indenização.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DA VIGÊNCIA

O presente contrato terá vigência de 12 (doze) meses, contados a partir de sua assinatura, podendo ser prorrogado até o limite de 60 (sessenta) meses, mediante a assinatura de termos aditivos.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DA RESCISÃO

O presente contrato poderá ser rescindido mediante a ocorrência de qualquer das situações previstas abaixo:

I. o seu inadimplemento total ou parcial;
II. o cumprimento irregular de cláusulas contratuais, especificações e prazos;
III. a lentidão do seu cumprimento;
IV. o atraso injustificado no início do serviço;
V. a paralisação do serviço, sem justa causa e prévia comunicação ao **SEBRAE/PR**;
VI. a subcontratação total do seu objeto, a associação da **CONTRATADA** com outrem, a cessão ou transferência, total ou parcial, bem como a fusão, cisão ou incorporação, não admitidas no contrato;
VII. o desatendimento das determinações regulares da autoridade designada para acompanhar e fiscalizar a sua execução, assim como as de seus superiores;
VIII. o cometimento reiterado de faltas na sua execução;
IX. a decretação de falência;
X. a dissolução da sociedade;
XI. a alteração social ou a modificação da finalidade ou da estrutura da empresa, que prejudique a execução do contrato;
XII. a supressão, por parte do **SEBRAE/PR**, de serviços, acarretando modificação do valor inicial do contrato além do limite permitido;
XIII. a suspensão de sua execução, por ordem escrita do **SEBRAE/PR**, por prazo superior a 120 (cento e vinte) dias, salvo em caso de calamidade pública, grave perturbação da ordem interna ou

guerra, ou ainda por repetidas suspensões que totalizem o mesmo prazo, independentemente do pagamento obrigatório de indenizações pelas sucessivas e contratualmente imprevistas desmobilizações e mobilizações e outras previstas, assegurado à **CONTRATADA**, nesses casos, o direito de optar pela suspensão do cumprimento das obrigações assumidas até que seja normalizada a situação;
XIV. o atraso superior a 90 (noventa) dias dos pagamentos devidos pelo **SEBRAE/PR** decorrentes de serviço, ou parcelas deste, já recebidos ou executados, salvo em caso de calamidade pública, grave perturbação da ordem interna ou guerra, assegurado à **CONTRATADA** o direito de optar pela suspensão do cumprimento de suas obrigações até que seja normalizada a situação;
XV. a não liberação, por parte do **SEBRAE/PR**, de área e local para execução do serviço, nos prazos contratuais;
XVI. a ocorrência de caso fortuito ou de força maior, regularmente comprovada, impeditiva da execução do contrato.

§1º A Rescisão deste contrato poderá ser determinada por ato unilateral do SEBRAE/PR nos casos elencados nos incisos II e XVI do CAPUT desta cláusula, bem como em razão de interesse público, de alta relevância e amplo conhecimento, desde que devidamente justificado e mediante processo administrativo específico.

§ 2º - Anteriormente à rescisão, nos casos elencados no caput, será assegurado às partes a possibilidade de exercer o contraditório e a ampla defesa, no prazo de 5 (cinco) dias, contados da denúncia.

§3º - A rescisão deste contrato por culpa da **CONTRATADA** implicará no pagamento da multa prevista no inciso II da cláusula sexta deste contrato, sem prejuízo do pagamento de eventuais indenizações devidas ao **SEBRAE/PR** que serão apuradas em procedimento específico.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – DAS PENALIDADES

Em caso de inexecução total ou parcial do presente contrato, o SEBRAE/PR, garantida a prévia defesa, poderá aplicar à CONTRATADA, as seguintes sanções:

I – Advertência;
II - Multa de até 2% sobre o valor global estimado para contratação pelo período de 12 (doze) meses;
III - Suspensão do direito de licitar ou contratar com o Sistema Sebrae, por prazo não superior a dois anos; e
IV - Perda da garantia em favor do SEBRAE/PR, por inadimplemento das obrigações contratuais.

§ 1º - A perda da garantia em favor do SEBRAE/PR, por inadimplemento das obrigações contratuais, far-se-á de pleno direito, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial e sem prejuízo das demais sanções previstas neste tópico.

§ 2º - A licitante será sancionada com o impedimento de licitar e contratar com o Sistema Sebrae, pelo prazo de até 2 (dois) anos, sem prejuízo de multa de até 2% do valor global estimado para contratação pelo período de 12 (doze) meses, e demais cominações legais, nos seguintes casos:

I - apresentação de documentação falsa;
II - fraudar na execução do contrato;
III - comportamento inidôneo;
IV - declaração falsa;
V - fraude fiscal; e
VI - retardamento da execução do objeto.

§ 3º - Para condutas descritas nos subitens I, II, III, IV e V será aplicada multa de no máximo 2% do valor global estimado para contratação pelo período de 12 (doze) meses.

§ 4º - Para o subitem VI, será aplicada multa nas seguintes condições:

a) até o máximo de 1% (um por cento) do valor global estimado para contratação pelo período de 12 (doze) meses no caso de inexecução parcial do contrato ou de descumprimento de obrigação contratual;

b) até 2% (dois por cento) do valor global estimado para contratação pelo período de 12 (doze) meses no caso de inexecução total do contrato.

§ 5º - Para efeito de aplicação de multas (moratórias e compensatórias), às infrações são atribuídos graus, conforme as tabelas 1 e 2 a seguir:

Tabela: 01

GRAU	%	CORRESPONDÊNCIA
1	0,01%	sobre o valor global estimado para contratação pelo período de 12 meses
2	0,03%	sobre o valor global estimado para contratação pelo período de 12 meses
3	0,05%	sobre o valor global estimado para contratação pelo período de 12 meses
4	0,1%	sobre o valor global estimado para contratação pelo período de 12 meses
5	0,5%	sobre o valor global estimado para contratação pelo período de 12 meses
6	1%	sobre o valor global estimado para contratação pelo período de 12 meses
7	2%	sobre o valor global estimado para contratação pelo período de 12 meses

Tabela: 02

ITEM	INFRAÇÃO DESCRIÇÃO	GRAU
01	Atrasos na prestação de serviços/fornecimento (por ocorrência e por dia), até o limite de 05 (cinco) dias, o que caracterizará a inexecução parcial ou total do contrato, acarretando à infratora, cumulativamente, a tal penalidade (vide itens 14 e 15).	1
02	Descumprimento do briefing/solicitação (por ocorrência, devendo proceder a correção/substituição).	2
03	Entregar produtos/serviços em não conformidade com o contratado. Exemplo: fora dos padrões de entrega estabelecidos em contrato e/ou briefing (por ocorrência, devendo proceder a correção/substituição).	3
04	Entrega parcial dos produtos/serviços contratados (por ocorrência, devendo proceder a correção) – cumulativamente será observado o item 01, quanto ao atraso na entrega total (se houver).	3
05	Deixar de pagar os fornecedores subcontratados (para serviços de terceiros previamente aprovados pelo SEBRAE/PR) dentro do prazo estipulado em contrato (por ocorrência, devendo proceder o pagamento).	4
06	Reincidência de materiais apresentados com erros (acima de três ocorrências). Exemplo: aplicação de logomarca, ortografia ou erros de digitação (por ocorrência, devendo proceder a correção/substituição).	5
07	Não ter profissional de atendimento acessível para responder as demandas no momento em que são realizadas (por ocorrência, devendo proceder o atendimento).	3
08	Não cumprir com o pagamento em dia de tributos que incidem sobre o contrato (por ocorrência, devendo proceder o pagamento).	6
09	Não disponibilizar profissionais em condições de qualificação técnica conforme exigido em contrato (por ocorrência, devendo proceder a disponibilização).	6

10	Desobedecer normas técnicas e legais necessárias ao cumprimento do contrato (por ocorrência).	5
11	Não ceder os direitos autorais patrimoniais incidentes, quando prestar serviços como criação, textos, produção, direção, arte-finalização e outros (por ocorrência, devendo proceder a cessão).	6
12	Não apresentar propostas completas e detalhadas dos serviços a serem prestados (por ocorrência, devendo proceder a correção/apresentação).	3
13	Apresentar nota fiscal em atraso ou desacordo com determinações do contrato (por ocorrência, devendo proceder a correção/substituição) – ressaltando que as notas fiscais em desacordo com o exigido não serão pagas.	2
14	Inexecução parcial do contrato (por ocorrência).	6
15	Inexecução total do contrato (por ocorrência).	7
16	Descumprimento de qualquer previsão do contrato não prevista nesta tabela de sanções.	1 a 7

§ 6º - Para fins de penalização, considera-se atraso o dia posterior ao acordado para realização/entrega do serviço material. Caso seja descumprido o prazo, ensejar-se-á penalidade de multa pela infração, e também, a cada dia de atraso – multa moratória.

§ 7º - Para condutas descritas nos subitens 05, 06, 08, 09, 10, 11, 14, 15, e 16 do quadro acima, a rescisão contratual poderá ser cumulada a multa imposta.

§ 8º - A reincidência de quaisquer ocorrências acima expostas poderá ensejar na inexecução parcial ou total do contrato.

§ 9º - A contratada será responsável por quaisquer danos materiais ocasionados por seus funcionários nas instalações do SEPRAE/PR quando da entrega/execução dos serviços contratados.

§ 10 - As penalidades estipuladas no *caput* desta cláusula são cumulativas, não observam a ordem a que estão expostas e serão aplicadas em estrita conformidade aos Princípios da Proporcionalidade, Razoabilidade e Vinculação ao Instrumento Convocatório.

§ 11 - O valor da multa poderá ser descontado da garantia contratual prestada pela contratada, ou ainda, do pagamento a ser efetuado à contratada.

§ 12 - Se a garantia contratual ou valor a ser pago à contratada não forem suficientes para cobrir o valor da multa, fica esta última obrigada a recolher a importância devida.

§ 13 - A multa deverá ser recolhida diretamente no caixa do SEBRAE/PR, no prazo de 07 (sete) dias corridos, contados da data de sua comunicação.

§ 14 - Para aplicação das penalidades aqui previstas, a contratada será notificada para apresentação de sua defesa, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados da notificação.

§ 15 - Esgotados os meios administrativos para cobrança do valor devido pela contratada ao SEBRAE/PR, este será encaminhado ao conhecimento do Poder Judiciário para execução.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – DA CESSÃO

Este contrato deverá ser executado diretamente pela CONTRATADA, sendo permitida a subcontratação parcial nos seguintes casos:

I) Serviços ou suprimentos contratados perante terceiros, formal e previamente autorizados pelo SEBRAE/PR, que não tenham a participação direta da agência, situação em que a responsabilidade daquela limita-se à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, tais como: contratação de

serviços de fotografia, cinegrafistas e profissionais de comunicação, pesquisas específicas para o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato a ser celebrado com a empresa licitante vencedora, dentre outros;

II) Serviços desenvolvidos e coordenados pela agência, formal e previamente autorizados pelo SEBRAE/PR e executados por terceiros; e

III) Publicação de atos legais por meio da agência (editais e publicações de natureza legal poderão ser contratados diretamente pelo SEBRAE/PR junto aos veículos, por meio de procedimento específico, neste caso, não será devido à agência tais honorários).

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA - DA TOLERÂNCIA

A tolerância ou qualquer concessão feita por uma das partes de forma escrita ou verbal não implica em novação ou alteração contratual, constituindo-se em mera liberalidade das partes.

CLÁUSULA DÉCIMA NONA - DA NULIDADE

A nulidade de qualquer uma das cláusulas deste contrato não implicará em nulidade das demais.

CLÁUSULA VIGÉSIMA – DO FORO

Fica eleito o foro de Curitiba, Estado do Paraná, para dirimir quaisquer controvérsias decorrentes deste instrumento, renunciando-se expressamente a qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

E, por estarem justos e contratados, assinam o presente instrumento em 2 (duas) vias de igual teor e forma, para que produza seus efeitos legais.

Curitiba,..... de..... de 2015.

SEBRAE/PR

.....	.....
REPRESENTANTE 1	REPRESENTANTE 2

.....
GESTOR DO CONTRATO

.....
FISCAL DO CONTRATO

CONTRATADA

Testemunhas:

	Nome
Nome	
CPF n.º	CPF n.º

24. ANEXO V – TERMO DE DECLARAÇÃO DE MICROEMPRESA OU EMPRESA DE PEQUENO PORTE

TERMO DE DECLARAÇÃO DE MICROEMPRESA OU EMPRESA DE PEQUENO PORTE

[nome da empresa], [qualificação: tipo de sociedade (Ltda, S.A, etc.), endereço completo], inscrita no CNPJ sob o n.º [xxxx], neste ato representada pelo [cargo] [nome do representante legal], portador da Carteira de Identidade n.º [xxxx], inscrito no CPF sob o n.º [xxxx], **DECLARA**, sob as penalidades da lei, que se enquadra como Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte nos termos do art. 3º da Lei Complementar n.º 123, de 14 de dezembro de 2006, estando apta a fruir os benefícios e vantagens legalmente instituídas por não se enquadrar em nenhuma das vedações legais impostas pelo § 4º do art. 3º da Lei Complementar n.º 123/06.

Local e Data

_____

Nome e Assinatura do Representante Legal

Observações:

- Esta declaração poderá ser preenchida somente pela licitante enquadrada como ME ou EPP, nos termos da LC 123, de 14 de dezembro de 2006;
- A não apresentação desta declaração será interpretada como não enquadramento da licitante como ME ou EPP, nos termos da LC nº 123/2006, ou a opção pela não utilização do direito de tratamento diferenciado.

25. ANEXO VI – FORMULÁRIO

Declaro, sob as penas da lei, que as informações abaixo são verdadeiras, pelos quais firmo a presente.

FORMULÁRIO		
IDENTIFICAÇÃO		
RAZÃO SOCIAL:		
NOME FANTASIA:		
NOME DO REPRESENTANTE LEGAL:		
CARGO:		
CNPJ:	INSCRIÇÃO ESTADUAL:	
PORTE DA EMPRESA: □ MEI (MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL) □ ME (MICROEMPRESA) □ EPP (EMPRESA DE PEQUENO PORTE) □ OUTROS PORTES OBS.:_____		
ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO: □ SIMPLES NACIONAL □ LUCRO REAL □ LUCRO PRESUMIDO □ LUCRO ARBITRADO □ SEM FINS LUCRATIVOS □ OUTROS _____		
ENDEREÇO DA EMPRESA		
ENDEREÇO:		
NÚMERO:	COMPLEMENTO:	BAIRRO:
CEP:	CIDADE:	ESTADO:
ENDEREÇO ELETRÔNICO (E-mail):		
ENDEREÇO PARA CORRESPONDÊNCIA		
ENDEREÇO:		
NÚMERO:	COMPLEMENTO:	BAIRRO:
CEP:	CIDADE:	ESTADO:
ENDEREÇO ELETRÔNICO (EMAIL):		
TELEFONE:	FAX:	

Local e Data

_____

Nome e Assinatura do Representante Legal

26. ANEXO VII – MODELO DE ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA

Ao
SEBRAE/PR - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado do Paraná - Curitiba/PR

Atestamos, para todos os fins de direito, que a empresa ....., estabelecida na Rua ....., n.º ....., bairro ....., cidade....., estado....., CNPJ n.º ....., é/foi nosso prestador de (*descrever os serviços executados)*, cumprindo sempre e pontualmente com as obrigações assumidas, no tocante aos serviços solicitados ou produtos entregues, pelo que declaramos estar apta a cumprir com o objeto licitado*,* nada tendo que a desabone.

Por ser verdade, firmamos a presente.

...../PR, ... de ..... de 2015.

Assinatura do Representante Legal da Empresa
Nome legível
Cargo

OBSERVAÇÃO: Este modelo serve apenas como referência, não sendo obrigatória a apresentação de atestado de capacidade técnica idêntico, desde que o atestado apresentado possua todas as informações constantes deste modelo e no subitem 7.5.3.2 “c”.

27. ANEXO VIII – BRIEFING

LICITAÇÃO PUBLICIDADE 2015

BRIEFING PARA O DESENVOLVIMENTO DE PLANEJAMENTO DE MARKETING E COMUNICAÇÃO PARA A FEIRA DO EMPREENDEDOR PARANÁ

EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

O empreendedorismo é a chave para o desenvolvimento econômico e social de um país. De acordo com dados apurados em 2013 pela Pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), 34,6% dos brasileiros desejam ter o próprio negócio e mais de 30% da população brasileira, entre 18 e 64 anos, já está envolvida em empreendedorismo. A taxa total de empreendedorismo teve aumento de mais de 10% no período de dez anos e esta evolução é compatível com o dinamismo na economia brasileira. O Produto Interno Bruto (PIB) cresceu em média cerca de 4%, em grande parte com base na expansão do mercado interno, o que abriu espaço para atividades empreendedoras dos mais diversos tipos.

MERCADO

A Pesquisa GEM 2013 analisou também uma série de informações que permitem caracterizar os empreendimentos, como novidade dos produtos ou serviços, concorrência, orientação internacional, expectativa de criação de ocupações para os próximos cinco anos e idade da tecnologia/processos. Tais informações podem ser utilizadas para avaliar o grau de inovação dos negócios, pois, de certa forma, quanto mais os empreendimentos oferecem produtos e serviços que são considerados novos, possuem poucos concorrentes, têm orientação internacional, esperam criar muitas ocupações e utilizam tecnologias mais novas, maior é a probabilidade deles serem empreendimentos mais inovadores. Os números são surpreendentes, pois a maioria (98%) das micro e pequenas empresas já estabelecidas lida com conhecimentos que ninguém considera novo.

O SEBRAE NESTE CONTEXTO

Dos entrevistados na Pesquisa GEM 2013, 84,6% disseram não procurar nenhum tipo de ajuda dos órgãos de apoio para abrir ou melhorar a gestão de seus negócios. Ainda assim, dentre os órgãos pesquisados, o Sebrae se destaca como o mais citado.

O SEBRAE/PR

O Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Paraná (Sebrae/PR) é uma instituição sem fins lucrativos, criada na década de 1970, para dar apoio a empreendedores, empresários, potenciais empresários e produtores rurais. No Brasil, são 27 unidades e 600 postos de atendimento espalhados de norte a sul. No Paraná, seis regionais e 12 escritórios. A entidade chega aos 399 municípios do Estado por meio de atendimento itinerante, pontos de atendimento e de parceiros, como associações, sindicatos, cooperativas, órgãos públicos e privados.

MISSÃO

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

VISÃO

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

VALORES

Ética, respeito e responsabilidade em tudo que fazemos;
Ousadia e coragem em assumir desafios;
Crença no que fazemos e orgulho pelo que somos;
Compromisso com o resultado do cliente;
A equipe é nossa força;
Valorização e desenvolvimento das pessoas;
Ambiente proativo, participativo e transparente;
Busca contínua pela inovação e excelência.

POSICIONAMENTO DA MARCA

Para quem já é ou quer ser empresário, o Sebrae é a opção mais fácil e econômica de obter informações e conhecimento para apoiar as suas decisões, porque é quem mais entende de pequenos negócios, e possui a maior rede de atendimento do País.

CENÁRIO SEBRAE/PR

As micro e pequenas empresas representam 99% dos estabelecimentos formais no Paraná e no Brasil. Os pequenos negócios respondem por 60% em média dos empregos com carteira assinada e 40% da massa salarial. Tanto no Estado quanto no País, as micro e pequenas empresas geram mais empregos que as médias e grandes. O número de microempreendedores individuais no Paraná tem aumentado nos últimos anos e, atualmente, estão perto da casa dos 200 mil.

DIRECIONAMENTO ESTRATÉGICO

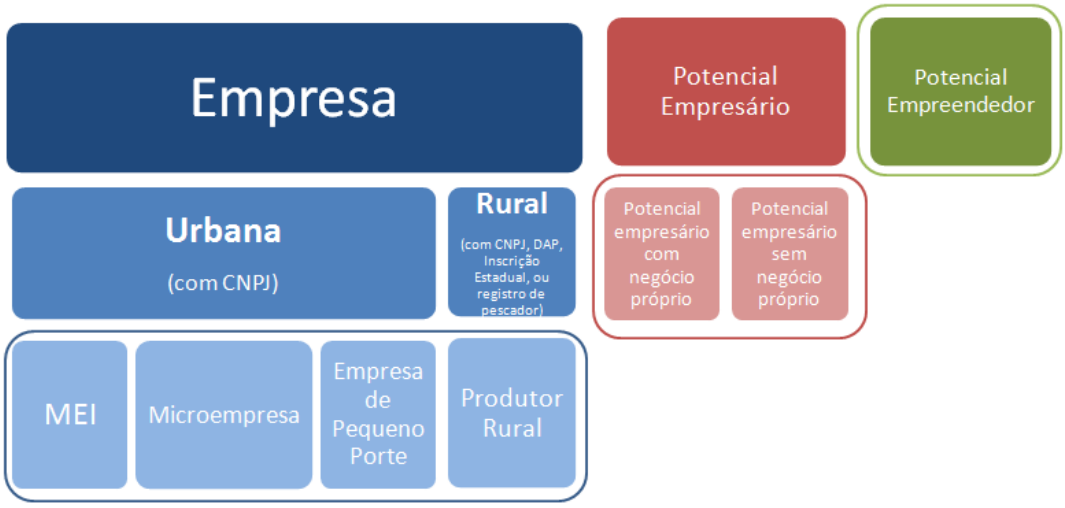
O Sistema Sebrae como um todo e, em particular, o Sebrae/PR têm trilhado um caminho de consistente sucesso na sua missão de promover o empreendedorismo e o desenvolvimento dos pequenos negócios. É inegável a contribuição do Sistema Sebrae na construção de um Brasil melhor. E este histórico de bons resultados sempre se baseou fortemente na oferta de soluções que permitam aos empreendedores construir negócios sólidos e fortes, e aos empresários, melhorar a gestão e a competitividade de seus negócios.
Entretanto, também é inegável que a velocidade das transformações no ambiente de negócios torna imprescindível uma reflexão sobre os rumos a serem seguidos nos próximos anos. E esta reflexão teve como ponto de partida a premissa de que a missão do Sistema Sebrae é promover transformações na sociedade, a partir do empreendedorismo e dos pequenos negócios. E, se o papel da instituição é promover transformações, a questão fundamental é: qual é o agente elementar da transformação?
Este raciocínio conduziu a uma conclusão simples, mas de extrema profundidade. O agente de transformação da sociedade, por meio do empreendedorismo e dos pequenos negócios, não é a pequena empresa em si, mas sim, o empreendedor.
Evidentemente, que pela própria natureza da existência do Sebrae, os pequenos negócios sempre serão o instrumento a partir do qual o desenvolvimento deverá acontecer. Mas se queremos transformar a sociedade, o agente de transformação, a partir do qual as mudanças ocorrem, é o empreendedor. Em outras palavras, é o ser humano por trás das micro e pequenas empresas.
Assim, o direcionamento estratégico das ações do Sebrae/PR deve incorporar, ao longo dos próximos anos, uma gradativa ampliação do foco no desenvolvimento e entrega de soluções que tenham como intuito o desenvolvimento integral do empreendedor. Questões como a formação de líderes empresariais; o desenvolvimento de competências duráveis, construção de propósito e significado. A conscientização do papel do empreendedor na sociedade, contemplando aspectos como desenvolvimento sustentável, ética, valores, princípios, dentre outros, passam a ser determinantes para o futuro do Sebrae/PR e da comunidade empresarial paranaense.

RUMO AO AMANHÃ

O Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Paraná (Sebrae/PR) existe para apoiar os pequenos negócios. A instituição chega aos 399 municípios paranaenses por meio de seis regionais, 12 escritórios, 35 Pontos de Atendimento ao Empreendedor, 99 Salas do Empreendedor e parceiros locais, como associações, sindicatos, cooperativas, órgãos públicos e privados.
O Sebrae/PR quer chegar em 2022, quando completa 50 anos, como o principal e o mais eficiente provedor de soluções para pequenos negócios. Para isso, se reinventa como instituição todos os dias, apostando nas empresas, na construção de um ambiente favorável aos negócios e, sobretudo, nos empreendedores, vistos como agentes de transformação econômica e social.
As palestras, consultorias, orientações, capacitações, treinamentos, projetos e programas do Sebrae/PR fazem a diferença porque se traduzem em conhecimento. Para a instituição, a 'equação' do desenvolvimento é uma soma de empresas fortes, ambiente para negócios e empreendedores.
Número de Pontos de Atendimento e Salas do Empreendedor atualizado em outubro/2014.

PÚBLICO-ALVO

Os clientes do Sebrae, em relação direta com sua missão, são definidos como: empresas, potenciais empresários e potenciais empreendedores.



Em seguida, apresenta-se a definição de cada um dos segmentos:

- **Microempreendedor individual -** O microempreendedor individual é o empresário que fatura anualmente até R$ 60.000 (sessenta mil reais); é optante pelo Simples Nacional e não tem participação em outra empresa como sócio ou titular; possui no máximo um único empregado que recebe um salário mínimo ou o piso salarial da categoria profissional; e exerce uma das atividades elencadas na Resolução 58/2009, atualizada pela Resolução 78/2010, de acordo com a Lei Complementar 128/2008, alterada pela Lei Complementar 139/2011.
- **Microempresa -** São empresas de origem brasileira, que possuam natureza jurídica compatível com as atividades mercantis, que faturem anualmente valor menor ou igual a R$ 360.000 (trezentos e sessenta mil reais). O valor teto de faturamento tem como base os valores estipulados para adesão ao Simples Nacional (regime de tributação simplificado) conforme Lei Complementar 123/2006, alterada pela Lei Complementar 139/2011.
- **Empresa de Pequeno Porte -** São empresas de origem brasileira, que possuam natureza jurídica compatível com as atividades mercantis, que faturem anualmente mais de R$ 360.000 (trezentos e sessenta mil reais) e não mais de R$ 3.600.000 (três milhões e seiscentos mil reais). O valor teto de faturamento tem como base os valores estipulados para adesão ao Simples Nacional (regime de tributação simplificado) conforme Lei Complementar 123/2006, alterada pela Lei Complementar 139/2011.
- **Produtor Rural -** Para fins de atendimento do Sebrae, são considerados produtores rurais as pessoas físicas que explorem atividades agrícolas e/ou pecuárias, nas quais não sejam

alteradas a composição e as características do produto *in natura*, que faturem até R$ 3.600.000 (três milhões e seiscentos mil reais) por ano e que possuam inscrição estadual de produtor. Somam-se a esse grupo os pescadores com registro no Ministério da Pesca e Aquicultura.

- **Potencial Empresário -** São considerados potenciais empresários os indivíduos adultos (com mais de 18 anos), que possuem negócio próprio, mas sem registro no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) ou inscrição estadual (no caso do produtor rural); e os indivíduos adultos que ainda não possuem negócio próprio, mas que estão ativamente envolvidos na sua estruturação.
- **Potencial Empreendedor -** Indivíduo que não tem negócio próprio e não está envolvido na estruturação de um negócio e para o qual o Sebrae busca promover a educação e a cultura empreendedora.

ÁREAS DE ATUAÇÃO

Linhas Estratégicas

O Sebrae/PR elegeu seis linhas estratégicas para pautar o seu trabalho rumo a 2022, para atender cada vez mais e melhor os pequenos negócios: empreendedorismo e gestão; educação empreendedora; liderança; ambiente de negócios; empresas de alto potencial e potencialização e *startups*.
Na linha **empreendedorismo e gestão**, o Sebrae/PR está ampliando sua rede de atendimento, junto com parceiros, para chegar mais perto de quem deseja iniciar seu negócio, ou melhorar sua empresa. Em **educação empreendedora**, a instituição quer levar a cultura do empreendedorismo para a sala de aula, porque acredita ser importante aprimorar a formação das crianças e dos jovens, os empresários do amanhã.
Na linha **liderança**, o Sebrae/PR trabalha para formar líderes no Paraná. Um bom líder é aquele que é capaz de superar desafios, pensar e lidar com novos cenários, conduzir mudanças e servir de exemplo e inspiração para outras pessoas. A linha estratégica **ambiente de negócios** tem como objetivo reforçar o papel do Sebrae/PR como articulador e promotor na consolidação de um ambiente favorável aos pequenos negócios.
O Sebrae/PR quer ainda desenvolver empresas com potencial competitivo, **empresas de alto potencial e potencialização**, em padrões internacionais, o que é muito estratégico numa economia sem fronteiras. Por fim, o Sebrae/PR definiu apostar no novo, sem medo de errar. Por isso, acompanhará ainda mais as tendências do empreendedorismo como as ***startups***, modelos de negócios inovadores.

Trabalhar no presente, mas de olho no futuro. O Sebrae/PR acredita no empreendedorismo, nas micro e pequenas empresas, nos pequenos negócios. Esta é a nossa razão de existir!

Para o exercício desta licitação, abordaremos os itens **empreendedorismo e gestão, empresas de alto potencial e potencialização e *startups*** conforme *briefing* específico apresentado a seguir.

RELACIONAMENTO DA COMUNICAÇÃO DO SEBRAE/PR COM SEUS PÚBLICOS

Um estudo realizado pelo SEBRAE Nacional em 2012 identificou aspectos específicos de consumo de mídia para cada um dos públicos do SEBRAE. Embora o tamanho da amostra não permita segurança científica aos resultados, são bons indicadores de comportamento a serem investigados com maior profundidade.

De maneira geral, a internet é atualmente o meio mais utilizado pelos empreendedores para se informarem, tanto em seu dia-a-dia quanto sobre seus respectivos negócios, reforçando a sua relevância nos aspectos profissional e pessoal. Ainda, independente do perfil pesquisado, os empreendedores apresentaram característica comum de que dedicam pouco tempo às atividades de lazer e enquanto o fazem, essas estão quase sempre ligadas à família. Foi possível perceber que todos procuram empreender em mercados já conhecidos, onde de alguma forma, eles já possuam alguma experiência, seja como empreendedor ou como empregado. Também vimos que, em geral,

escolhem a sua região natal para empreender. A razão disso está na percepção de que, tomadas essas decisões, existe uma menor chance de insucesso.

Consenso, também, entre todos os perfis são os 'gatilhos' para uma mudança de atitude, o primeiro deles é o desejo de ter o próprio negócio e o outro é a busca de uma alternativa à falta de oportunidade, ou ainda, por dificuldade de recolocação no mercado de trabalho. A maioria informou que a busca de informações se dá através de conversas informais com amigos e parentes e quando há a necessidade de uma busca mais formal o canal de comunicação preferido para acesso foram o portal e os cursos a distância oferecidos pelo SEBRAE.

Além de usar o SEBRAE como fonte de apoio, há interesse, explicitado, em palestras e informações sobre formalização, entretanto essas buscas não são estruturadas e acabam sendo necessário algum tipo de atendimento. O entendimento geral é de que estar bem informado para atender melhor o cliente é se diferenciar da concorrência.

De maneira geral, há três grupos principais de informações valorizadas:

Gestão do Negócio – Informações sobre leis, taxas, tributos, informações técnicas e de administração como custos de insumos e econômicas. (mais forte para donos de Micro e Pequenas Empresas)

Atualização – Informações na área de atuação (Consenso em todos os grupos)

Inovação – Tendências, lançamentos e novas tecnologias. Antecipar-se às necessidades dos clientes. (Consenso em todos os grupos)

A busca por essas informações não está ligada a nenhum meio específico, mas o estudo indica que o meio mais consumido é a internet, tanto no dia-a-dia quanto como meio sobre seus respectivos negócios.

Potencial Empresário

Na busca de informações em seu dia a dia a Internet teve 69% das respostas e também na busca de informações sobre aspectos relativos aos seus negócios, com 71% do total de respostas. É seguida pela TV, com 23% das indicações de resposta, Jornais e Revistas com 12% cada e Rádio com 10%.
Os horários de consumos variam de acordo com o tipo de mídia. Para internet, o consumo é distribuído ao longo do dia, se mostrando o meio mais democrático neste quesito. (33% manhã, 36%, à tarde e 31% à noite).
Para o meio TV, o período da noite é o mais significativo, quase que invalidando a utilização desse meio em outro horário. 84% dos empreendedores indicaram o período da noite para o consumo de TV, seguido da manhã com 11% e da tarde com 5%. No meio Jornal, acontece o inverso do que ocorre com a TV, 83% dos empresários indicam consumir o meio jornal no período da manhã, seguidos de 17% que indicam a noite.
Para o meio rádio, 75% dos entrevistados indicam o período da manhã como o mais indicado para o consumo da mídia e 25% o período da noite.
Para o meio Revista, a distribuição dos horários de consumo é um pouco mais equilibrada, dividido entre a tarde e a noite (50% para cada).

Dentre suas preocupações estão questões de atendimento e de como apresentar seus produtos ao mercado. Estar a frente das novidades dos seus mercados é extremamente relevante. Valorizam muito histórias de sucesso, provavelmente para balizar seu desenvolvimento.

Dono de Micro Empresa

A internet despontou com o meio mais consumido pelo público empreendedor na busca de informações em seu dia a dia (com 71% das respostas) e também na busca de informações sobre aspectos relativos aos seus negócios, com 68% do total de respostas. É seguida pelo meio Jornal, com 18% das indicações de resposta, TV, com 12%, Revistas, com 10% e Rádio com 3%. Os horários de consumos variam de acordo com o tipo de mídia. Para internet, o consumo maior é no período da manhã, com 50%, seguido da tarde com 30% e da noite com 20%.

Para o meio TV, o período da noite é o mais significativo, quase que invalidando a utilização desse meio em outro horário. 71% dos empreendedores indicaram o período da noite para o consumo de TV, seguido da manhã com 19% e da tarde com 10%.
No meio Jornal, o consumo é regionalizado, os empresários lêem mais os jornais locais.
Os microempresários são os mais interessados em jornais informativos. Acontece o inverso do que ocorre com a TV, 80% dos empresários indicam consumir o meio jornal no período da manhã, seguidos de 16% que indicam a noite e de 4% que indicam o período da tarde.
Para o meio rádio, 83% declaram utilizá-lo no período da manhã e os outros 17% na parte da tarde.
Para o meio revista, o consumo é nacionalizado. Os empresários tendem a ler as mesmas revistas em todas as praças, com poucas variações entre títulos gerais e segmentados. A distribuição dos horários de consumo é mais concentrada entre a noite (50%) e a tarde (33%). 17% declaram usar este veículo pela manhã.
O tipo de informação valorizada pelo perfil Microempreendedor são as referentes á área de atuação: cursos de mercado, novas formas de produção, atendimento ao cliente, inovações tecnológicas, custos de insumos e comportamento do consumidor.
Os canais utilizados são sites de fornecedores, site do Sebrae, Jornais impressos, revistas, cursos disponibilizados por fornecedores e o contador.

Dono de Pequena Empresa
O estudo sinalizou que os pequenos empresarios assistem aos telejornais como fonte de informação, nos horários matutino e noturno. Durante o dia, não consomem esse meio, pois estão envolvidos nos seus negócios e mesmo que a TV esteja ligada no local de trabalho, não prestam atencão à programacão. A grande maioria da amostra entrevistada possui TV por assinatura.
Além de fonte de informacão, a TV aparece nos momentos de entretenimento, principalmente no horário noturno. As novelas das 20 horas, esportes e os filmes nos canais por assinatura são consumidas por grande parte dos entrevistados.
Com relacao à mídia jornal, demonstram ter o hábito de ler no seu dia a dia. Esse consumo aumenta quando o assunto é negócios, em que a mídia apareceu como uma forte fonte de informação. As revistas também possuem boa penetração junto aos pequenos empresários.
A internet, semelhante à televisão aparece como a principal fonte de informação e entretenimento dos pequenos empresário. Em média, ficam de 2 a 3 horas navegando.
Os portais mais acessados são Terra, UOL, R7 e globo.com. O Google é a principal fonte de pesquisa e o Gmail, Yahoo e Hotmail são os principais provedores de e-mail. O Facebook aparece com utilizacao crescente, inclusive para buscar e realizar negócios.
O mobile também aparece na amostra entrevistada com razoável penetração.

Empreendedor Rural
Nesse público, é necessário dizer que há dois perfis distintos de empreendedores. O primeiro perfil recebeu a propriedade de herança dos pais, não tem grandes pretensões de crescer, mas esta preocupado em sobreviver no mercado e, para isso, está aberto à tudo que possa fazer com que ele ainda continue no campo, já que não vê muito futuro e identifica pouco interesse das gerações mais jovens, seus sucessores. Possui um ou dois funcionários, a família está envolvida na produção e acredita que o "olho do dono é que engorda a boiada". Em geral, não busca informações sobre a gestão do negócio: a prática cotidiana é sua principal fonte de aprendizado, bem como a observação e o diálogo com seus pares. É um perfil com menor escolaridade e com grande resistência às mudanças.
O segundo grupo sente a necessidade e o desejo de se profissionalizar o negócio, muitas vezes iniciado por paixão ou por herança dos pais. Acreditam que o curso superior é um facilitador no negócio, mas como este nem sempre está ligado à gestão financeira, persistem dificuldades nesse sentido. Para eles o conhecimento é o melhor caminho para vencer as dificuldades, principalmente de mão de obra qualificada e financiamentos.
Mesmo com características e perspectivas tão distintas, esse público tem alguns hábitos comuns no consumo de mídia, quando o assunto é negócios. Esse público busca informações bem especificas referentes ao segmento rural: novos insumos, novas técnicas de plantio (cursos), gestão, administração, impostos, legislação ambiental e realização de feiras e exposições (mercado). Entre os canais mais utilizados surgiram os fornecedores, visita a feiras, contadores, pesquisa na internet e associações de classe.

A televisão é uma mídia que aparece como hábito comum, não apenas como fonte de informação, mas como entretenimento, em todos os perfis entrevistados na pesquisa.
No entanto, o consumo de mídia televisão é apenas no início da manhã e durante noite, pois durante o dia ele está focado no negócio. Os telejornais surgiram como fonte de informação e as novelas como entretenimento. Um dado interessante para esse segmento foi o gradual aumento no consumo de TV por assinatura.
A pesquisa também revelou que o público de agronegócio tem o hábito de ler jornais revistas no seu dia a dia e que consumo desse meios aumenta na busca por informação sobre o negócio, principalmente de veículos segmentados, como é o caso da revista Globo Rural.
Um dado interessante, revelado pela pesquisa, é que bem diferente do que se pensa esse público utiliza muito a internet, apesar da ausência de banda larga nas áreas rurais, o que dificulta a utilização do net para busca de informações. Mesmo assim, eles estão conectados e utilizam os buscadores para encontrar o que precisam ou se atualizar sobre assuntos pertinentes ao segmento. O e-mail informativo aparece como uma forma de comunicação eficaz para esse público.

Microempreendedor Individual (MEI)
O interesse do MEI está voltado a sua área de atuação, como novas formas de produção e atendimento ao cliente, buscam também informações sobre administração, impostos e também custos de mercadorias e insumos e os canais utilizados, além do site do Sebrae, é a pesquisa na internet (sites de busca) e cursos, preferencialmente gratuitos e disponibilizados por fornecedores e a visita a feiras.
O meio TV exerce um forte função de entretenimento citando filmes e novelas. Parcela relevante do público declara ter acesso à Tv por assinatura. Já os telejornais se destacam como uma das principais fontes de informação, mas foi consenso que por terem rotinas pesadas, só dedicam esse momento assistindo as edições noturnas em geral na TV aberta.
Os microempreendedores individuais não possuem, de maneira geral, o hábito da leitura de jornais ou revistas.
A internet se destaca como consenso e surge como sendo a principal fonte de informação para o empreendedor, assim como a televisão, a internet atende a função de entretenimento, mas também é, para o público MEI, o meio mais consumido no dia-a-dia e para informação sobre negócio. Os portais de notícias são usados como forma de se manter atualizado. O Facebook além das suas funções de rede social é usado também como meio de divulgação de seus produtos e serviços, e o Google é a principal ferramenta de pesquisa na web.

TEMA DO EXERCÍCIO: FEIRA DO EMPREENDEDOR

INTRODUÇÃO AO TEMA

A Feira do Empreendedor é um dos eventos de maior sucesso entre os promovidos pelo Sebrae. É um universo de oportunidades e ideias. Durante a realização do evento, o público tem acesso a informação, conhecimento e soluções que o Sebrae oferece, além de oportunidades de entrar em contato com fornecedores de máquinas, franquias, serviços, tecnologia, entre outros.
Considerar para o exercício, que o SEBRAE/PR realizará a Feira do Empreendedor em Curitiba, no EXPOUNIMED, no período de 19 a 22 de outubro. Empresários e futuros empresários encontrarão na Feira do Empreendedor do Paraná, conhecimento, inovação e informação para montar ou melhorar seus negócios.
A estrutura física compreenderá: auditórios; salas para treinamentos e oficinas; estandes para oportunidades de negócio, soluções tecnológicas, máquinas e equipamentos; atendimento do Sebrae com todos os seus serviços e soluções; estandes para patrocinadores e apoiadores; praça de alimentação; recepção a caravanas de todo o Estado.
Programação: Palestras Magnas (expoentes do meio empresarial), Oficinas e palestras (gestão, inovação e empreendedorismo), Eventos temáticos (para setores específicos como Construção Civil, Turismo, Vestuário, Software, Varejo e Agronegócios), Eventos simultâneos (uma gama de eventos paralelos ampliando a oferta de conhecimento aos visitantes).

JUSTIFICATIVA

A Feira do Empreendedor é promovida pelo SEBRAE em diversos estados desde 1995 e tem como objetivo a criação de um meio dinâmico de oferta e procura de oportunidades, apresentando diversas ferramentas para auxiliar aos empreendedores a iniciar um negócio. Além disso, a Feira se volta, também, a produtos e serviços que sirvam para apoiar a ampliação e a modernização de empresas já estabelecidas, propiciando contatos diretos entre expositores, patrocinadores e empreendedores.
Para atender ao objetivo da feira, precisamos desenvolver um plano de marketing e comunicação eficaz, que cumpra o seu papel. Importante ressaltar que, o fato da Feira do Empreendedor já ter o símbolo do catavento, e acontecer em diversos estados, faz com que todas as feiras pareçam iguais, em termos de comunicação. Queremos destaque e ainda mais, queremos ser a melhor feira do Brasil. Todos os anos, o Sebrae Nacional entrega um prêmio para a melhor feira do Brasil, do qual em 2008 o Paraná foi o ganhador da região sul e sudeste, e tanto em 2011 quanto em 2013 ficou em terceiro lugar na pontuação nacional.

SUSTENTABILIDADE

Toda a Feira tem um compromisso expresso com a sustentabilidade, nos seus três pilares: Meio ambiente (uso máximo de materiais reciclados ou recicláveis), Social (instituições serão beneficiadas com a doação de alimentos arrecadados durante a Feira), Econômico (conhecimento e informação para a geração de negócios e a melhora dos já existentes).

OBJETIVOS DA FEIRA

- Estimular o surgimento, a ampliação e a diversificação de novos empreendimentos
- Difundir o empreendedorismo
- Prestar esclarecimentos e orientação
- Oferecer conhecimento em empreendedorismo e gestão
- Mostrar e difundir o conceito de inovação
- Oferecer soluções práticas viáveis para pequenas empresas

DADOS FEIRA DO EMPREENDEDOR 2013

- Total de visitas: 17.824
- Visitantes únicos: 13.925

Sexo
- Feminino: 46%
- Masculino: 54%

Faixa Etária
- Até 18 anos: 2%
- 19 a 30 anos: 23%
- 31 a 50 anos: 30%
- Acima de 50 anos: 45%

Situação do visitante
- Quer abrir uma empresa: 36%
- Tem empresa com CNPJ: 24%
- Não se enquadra: 18%
- Tem empresa sem CNPJ: 7%
- Outros: 15 %

Motivo da visita
- Buscar informações/orientações: 38%
- Buscar novas ideias para abrir uma empresa: 33%
- Participar de cursos, palestras e oficinas: 22%

- Pesquisar equipamentos, fornecedores, serviços: 5%
- Não informado: 2%

DESCRIÇÃO DO TRABALHO

Criar um planejamento de marketing e comunicação, com uma opção de identidade visual (seguindo a logomarca padrão do evento) e um plano de mídia que for mais condizente com o público-alvo, considerando criatividade e inovação da proposta. As estratégias e ideia criativa deverão ser defendidas e justificadas de forma que fique claro o raciocínio básico da licitante. (Se forem apresentadas mais que uma opção, as demais serão excluídas aleatoriamente pela Comissão Especial de Avaliação - CEA).

Tanto as peças impressas quanto as peças eletrônicas - deverão ser apresentadas impressas em formato *layout* (é permitido apresentar *mockup*, mas este não exclui a necessidade do *layout*). As peças eletrônicas que forem apresentadas em meios digitais NÃO SERÃO CONSIDERADOS (como *pendrive*, cd ou outro meio) sob pena de desclassificação da licitante.

- Especificar formatos e fazer especificações técnicas para todos os materiais propostos;
- Apresentar custos detalhados de criação (utilizando tabela SINAPRO aplicando desconto de 60%), do plano de mídia proposto (com base nas tabelas vigentes dos veículos, incluindo desconto-padrão de agência de 20%) e de produção apresentando sempre 3 (três) fornecedores para cada item solicitado, com honorários de 15%;
- Apresentar cronograma de entregas;
- Apresentar Estratégia para Mensuração de Resultados, indicando os sinalizadores positivos da campanha, como por exemplo, divulgar uma propaganda na TV e aumentar o fluxo do *call Center* receptivo, inserir um banner na internet e aumentar o fluxo de ligações 0800, etc;
- Apresentar Plano de Riscos, Recomendações e Melhorias caso o resultado desejado – aumento da visibilidade da marca e procura por nossos produtos e serviços – não estejam sendo atingidos.

ETAPAS

É imprescindível que as propostas criativas dos itens já determinados pelo SEBRAE/PR sejam numeradas de forma a facilitar a identificação das peças para o julgamento pela CEA, conforme abaixo:
*propostas NÃO numeradas e não identificadas com os nomes das peças serão desconsideradas pela CEA.

1) **Patrocínio: apresentar e "vender" cotas de patrocínio do evento**
   1.a - Folder de apresentação (formato livre)
   1.b - Kit promocional (livre)
   1.c - Área específica no *hotsite*
2) **Expositores – apresentar o evento e promover a participação de expositores de todo país (ou exterior)**
   2.a - Folder de apresentação (formato livre)
   2.b - Manual do Expositor
   2.c - Área específica no *hotsite*
3) **Endomarketing – divulgar o evento para colaboradores, consultores credenciados e conselheiros do Sebrae/PR**
   3.a - Folder de apresentação (formato livre)
   3.b - Email Marketing
   3.c - Cartaz
   3.d - Ação promocional (livre)

4) **Imprensa – apresentar e promover o evento como pauta para imprensa estadual e nacional**
   4.a - Folder de apresentação (formato livre)
   4.b - Email Marketing
   4.c - Ação promocional (livre)
   4.d - Kit promocional (livre)
   4.e - Área específica no *hotsite*

5) **Divulgação para clientes**
   5.a - *Hotsite*
   5.b - Folder (formato livre)
   5.c - *Email* Marketing versões para cada tipo de público
   5.d - Banner eletrônico
   5.e - Banner impresso
   5.f - Cartazes
   5.g - Flyer (formato livre)
   5.h - Espera telefônica
   5.i - *Script* para telemarketing ativo e receptivo
   5.j - Texto para carro de som
   5.k - Faixa
   5.l - Ficha de inscrição (formato A4)
   5.m - Guia do visitante (formato livre)
   5.n - Programação impressa (formato livre)
   5.o - *Template* PPT (apresentar capa e miolo)
   5.p - Texto para SMS
   5.q - Texto para mídias sociais
   5.r - Posts para mídias sociais
   5.s - Materiais promocionais (livre)
   5.t - Convites
   5.u - Aplicativo *Mobile*
6) **Sinalização do evento (incluir projeto de simulação)**
   6.a - Placas e/ou similares
   6.b - Totens e /ou similares
   6.c - Plotagens
   6.d - Credenciamento
   6.e - Crachás
   6.f - Banners e/ou similares
   6.g - Pórtico entrada
   6.h - Estandes
   6.i – Camisetas
7) **Plano de mídia**
   7.a – Plano de mídia para divulgar a Feira do Empreendedor para o público-alvo exposto no briefing. (Este item inclui a apresentação do plano completo e de todas as peças necessárias para a veiculação sugerida)

REGRAS

- O Planejamento de Marketing e Comunicação apresentado será avaliado pela otimização da verba, atingindo objetivos estabelecidos.
- As peças apresentadas serão avaliadas pelas suas características de criatividade, *design*, ousadia e inovação;
- O material apresentado será analisado pela conformidade com o público-alvo, cenário e contextos apresentados neste documento;
- Imagens e textos deverão ser propostos pela agência participante;
- O projeto deverá seguir as diretrizes de utilização da marca SEBRAE/PR, conforme: **Manual de Marca** (disponível em: http://extranet2.pr.sebrae.com.br/ats/InstitucionalCompleto.zip); e da

Feira do Empreendedor
(disponível em: http://extranet2.pr.sebrae.com.br/ats/LogoFeiradoEmpreendedor.zip);

- Considerar orçamento hipotético de R$ 1.000.000,00 (um milhão de reais), que deverá incluir a criação, produção e veiculação de todas as peças da campanha;
- Será levada em consideração a forma de organização das ideias e apresentação das propostas;
- Serão levados em consideração o orçamento e o cronograma apresentados, se ambos atendem as necessidades do SEBRAE/PR e se os mesmos são viáveis do ponto de vista da realidade de mercado;
- Este projeto é para pontuação da capacidade técnica das agências concorrentes e não significa que a agência vencedora irá executar o mesmo. Em caso positivo, poderão ser solicitadas alterações e adequações necessárias, de acordo com parecer do SEBRAE/PR.

DADOS ESPECÍFICOS PARA CRIAÇÃO
Nome do produto/serviço
Feira do Empreendedor
Linha Criativa
Livre, desde que seja mantida a logo padrão.
Justificativa para criação do Planejamento de Marketing e Comunicação
Divulgar, promover e garantir a meta de 20.000 visitantes únicos no evento.
Público que queremos impactar
Público-alvo do Sebrae/PR conforme já apresentado neste documento.

28. ANEXO IX – REGULAMENTO DE LICITAÇÕES E DE CONTRATOS DO SISTEMA SEBRAE

(RESOLUÇÃO CDN N.º 138/06, DE 31.03.2006, PUBLICADA NO D.O.U. DE 12.04.06)

ESTE REGULAMENTO DEVERÁ SER RETIRADO DO PORTAL DO SEBRAE/PR, MESMO LOCAL ONDE FOI RETIRADO ESTE EDITAL.

www.sebraepr.com.br no link "licitações"

29. ANEXO X – NI 02 – PAGAMENTOS E REEMBOLSO DE DESPESAS A TERCEIROS

NORMA INTERNA Nº 02 – PAGAMENTOS E REEMBOLSO DE DESPESAS A TERCEIROS.

ESTA NORMA INTERNA DEVERÁ SER RETIRADA DO PORTAL DO SEBRAE/PR, MESMO LOCAL ONDE FOI RETIRADO ESTE EDITAL.

www.sebraepr.com.br no link "licitações"